

Министерство образования и науки РФ
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический
университет»
Институт социального образования
Факультет социологии
Кафедра социологии и политологии

Феномен женского лидерства в современном российском обществе
Выпускная квалификационная работа

Нормоконтроль пройден.
«__» _____ 2016г.

Нормоконтролер _____

Исполнитель
Студент группы № БС-41
дневного отделения
Ведерникова Алена
Владимировна

Допущен(а) к защите
«__» _____ 2016 г.

Зав. кафедрой _____

Научный руководитель
канд. соц. н., доцент
кафедры СиП Шалагина
Елена Владимировна

Екатеринбург
2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3	
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА ЛИДЕРСТВА		
1.1 Теоретические основы проблемы изучения лидерства и современных тенденций менеджмента руководства.....	8	
1.2 Феномен женского лидерства: гендерные особенности лидерства и руководства.....	14	
1.3 Женское и мужское лидерство: сравнительный анализ.....	26	
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО СТИЛЯ У ЖЕНЩИН-РУКОВОДИТЕЛЕЙ.....		30
ГЛАВА 3. СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЖЕНЩИН В БИЗНЕСЕ ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.....		37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	56	
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	60	
Приложение 1.....	64	
Приложение 2.....	67	
Приложение 3.....	68	

ВВЕДЕНИЕ

Проблема выбора наилучших лидеров остается чрезвычайно актуальной для всех стран мира. В последнее время коррумпированность, нечестность, стяжательство, аморальность представителей различных структур управления становятся все более серьезной проблемой даже в самых благополучных странах и регионах мира. “В нашем обществе, – пишет А. Маслоу, – существует множество групп, которые зачастую предпочитают плохих лидеров хорошим. То есть они выбирают людей, ведущих их к саморазрушению и поражению... Любое совершенное общество, которое стремится к росту, должно быть способным выбрать в качестве лидеров людей, наиболее соответствующих этой роли по своим действительным качествам и способностям”¹.

Развитие рыночных отношений в России не только коренным образом повлияло на экономические процессы, но и способствовало смягчению консервативных установок относительно многих сфер жизнедеятельности. Однако представления о женской деловой активности и, тем более, лидерстве, и предпринимательстве до сих пор остаются в рамках патриархатной культуры, все еще сохраняющей большое влияние во всем мире и практически доминирующей в России. Управление и руководство считаются мужской прерогативой. Такой подход значительно ограничивает возможности женщин в самореализации и затрудняет их адаптацию в кризисных социально-экономических условиях, кроме того, он не отвечает реальным социальным изменениям.

В советский период неравенство в завоевании женщиной руководящих позиций в экономике воспринималось как вполне закономерное явление, хотя в рамках официальной доктрины партийное руководство страны часто демонстрировало на отдельных примерах "победы" женщин в управлении

¹ Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы. М., 1999. С. 216.

предприятиями. По данным Института экономики , на рубеже 1990-х годов в состав директорского корпуса входило 6-7% женщин.

В современном обществе сложился целый ряд объективных условий, благоприятствующих расширению женского ролевого репертуара, в частности, развитию именно женского бизнеса и менеджмента и формированию института управленческого лидерства.

В последние годы в большинстве развитых стран наблюдается активное завоевание женщинами лидирующих позиций в бизнесе и политике. По прогнозу российских исследователей и аналитиков в структуре занятости женщины будут занимать большую долю, чем мужчины. Их количество увеличится и среди руководителей, менеджеров, директоров, как больших предприятий, организаций, так и мелких, и средних фирм. Уже сейчас наблюдается все более активное освоение женщинами этих областей общественной жизни. Несмотря на столь оптимистичные прогнозы относительно женской занятости, проблема эта остается весьма актуальной для России. Острота ее возрастает в связи с тем, что в общественном сознании россиян весьма распространено представление о незаинтересованности российских женщин в завоевании высших позиций в иерархии российских предприятий. Все это формирует предпосылки для углубленного изучения влияния гендерных аспектов на формирование управленческого лидерства женщин.

Как известно, в нашей стране проблема «разделения по половому признаку» всегда имела место, и зачастую развивалась в дискриминацию женщины, в ущемление её прав. С задачей «скрытой» дискриминации, сталкивалась каждая женщина: работодатели, в особенности в области бизнеса, нередко решают не принимать на серьезные должности женщин, (к примеру, из-за простоя в отпуске по беременности и родам). Но никогда не признают основного: в нынешнем российском обществе не прекращает действовать стереотип, что женщина, как создание слабого пола,

попросту не может справиться с какой бы, то, ни было ответственной задачей.

Содействие представительницы слабого пола в бизнесе в цивилизованных государствах проявление обычное и никак не вызывает удивления в деловом обществе и мире. Скорее вызывает уважение тот факт, что в данной сфере женщины проявляют недюжинные способности и деловые качества.

Определение места и роли женщины в обществе считается одним из важных и наиболее актуальных вопросов современности, в особенности немаловажна сущность и результативность социально-правовой помощи женщин.

В своей работе мы постараемся на основе теоретического материала проанализировать те достижения, которые были достигнуты в изучении гендерных отношений, и проанализировать результаты проведенного нами социологического исследования, объектом которого являются женщины-руководители, а предметом исследования – становление женщины как лидера-руководителя.

В последние десятилетия влияние гендерных различий на трудовую деятельность и карьеру, прежде всего особенности поведения женщин в организации, стало объектом специальных исследований. Проблемы труда женщин, в том числе и руководителей, периодически освещаются в работах российских и зарубежных ученых.

Данная область исследований является столь обширной и разнообразной, что некоторые теоретические и практические вопросы еще не получили достаточно полного освещения. Больше всего хотелось бы понять: верно, ли утверждение, что бизнес – это мужской мир и женщина, вошедшая туда на первых ролях, обязательно должна жертвовать чем-то важным? Может ли быть она хорошей женой, хозяйкой дома, матерью и одновременно руководителем? Смогут ли современные женщины вынести на своих плечах все тяготы управления организацией? Что мешает женщине реализовываться в сфере лидерства и управления? Каков портрет женщины-

руководителя 21 века? Все эти вопросы для нашей страны являются сегодня актуальными, в плане их теоретической и практической проработки.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение феномена женского лидерства в современном российском обществе.

Задачи работы:

- 1) определить сущность понятий руководства и лидерства.
- 2) проанализировать основные теоретические подходы к изучению женского лидерства.
- 3) выявить особенности женского и мужского лидерства.
- 4) исследовать биографии женщин руководителей.
- 5) анализ исследования РwС на тему: «Женщина-лидер в российском бизнесе»

Объект – феномен женского лидерства.

Предмет – особенности формирования и проявления женского лидерства в современном российском обществе.

Исходя из поставленных целей и задач, формируется структура настоящей выпускной квалификационной работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ФЕНОМЕНА ЛИДЕРСТВА

1.1 Теоретические основы проблемы изучения лидерства и современные тенденции менеджмента руководства

Проблема лидерства и руководства является актуальной в современном обществе.

Лидерство можно назвать одним из уникальных феноменов общественной жизни, связанным с осуществлением властных функций. Оно является неизбежным в любом обществе и пронизывает все сферы жизнедеятельности.

Лидерство понимается как сложный механизм взаимодействия лидеров и ведомых. Главными составляющими частями этого понятия являются способность лидера точно оценивать ситуацию, найти правильное решение стоящих задач, воздействовать на умы и энергию людей, которые сознательно и добровольно подчиняются ему, в целях мобилизации их на выполнение какого-либо действия и решения.

Ни один фактор не обеспечивает большую выгоду и пользу для организации, чем эффективное лидерство. Лидеры нужны для определения целей и задач для организации, координации, обеспечения межличностных контактов с подчиненными и выбора оптимальных, эффективных путей решения тех или иных проблем.

Особый интерес вызывают особенности проявления лидерства в контексте организационных отношений. Обычно, несмотря на то, что в многочисленных вариантах истинное лидерское поведение бывает неотделимо от руководящей позиции, которую захватывает руководитель, управляя группой, мобилизуя и ориентируя ее в разрешение общегрупповой проблемы, тем не менее, с целью наилучшего осмысления сути организационного лидерства как правило, ведется распределение социально-психологической позиции руководителя и административного

воззрения управляющего. Так, Ч. Чолломан операционально разграничивает управляющее руководство и лидерство². Согласно его взгляду, 1-ое характеризуется отношениями власти, в то время как 2-ое необходимо расценивать с точки зрения индивидуального воздействия. Управление сохраняется концепцией директив и базируется на формально институализированном авторитете, тогда как первенство в значительном основывается на мнении группы и находится в зависимости от признания лидера группой.

Усилия разделить и противоположить определения лидерства и руководства стремительно предпринимались и в отечественной социальной психологии в начале 1970-х годов. В первом случае выделялось естественное, свободное, неформальное начало, во втором—официальное.

Б. Д. Парыгин выделил основные отличительные черты лидера и руководителя, которые в последующем «официально» утвердились в советской науке³:

- руководитель назначается официально, лидер выдвигается неофициально;
- руководителю права и полномочия даны законом, лидер не обладает подобными правами и полномочиями;
- руководитель выполняет несколько социальных ролей, в том числе является представителем группы вовне, а деятельность лидера ограничивается рамками внутригрупповых отношений и взаимодействий;
- руководитель несет внешнюю персональную ответственность за деятельность группы и ее результаты, в том числе перед законом. Лидер не несет подобной ответственности за работу группы и за все, что в ней происходит (если, конечно, группа в своей деятельности не нарушает закон).

² Алифанов С. А. Основные направления анализа лидерства // Вопросы психологии. 1991. № 3. С. 90–96.

³ Парыгин Б. Д. Основы социально-психологической теории. М.: Мысль, 1971.

А. А. Урбанович выделяет различия между руководством и лидерством по следующим основаниям⁴:

– функционирование – руководство выступает как процесс правовой организации и управления совместной деятельностью членов организации, а лидерство – как процесс внутренней социально-психологической самоорганизации коллектива и управления общением и деятельностью. Социальная роль руководителя и лидера–руководитель является посредником социального контроля и власти, в то время как лидер – субъектом групповых норм и ожиданий, которые спонтанно формируются в межличностных отношениях;

– регламентация деятельности–деятельность руководителя регламентируется соответствующим правовым обеспечением, деятельность лидера обеспечивается морально-психологическими нормами совместной деятельности;

– режим внешних связей–руководитель представляет группу во внешней организации и решает вопросы, связанные с ее официальными отношениями вовне. Лидер в своей активности ограничен внутригрупповыми отношениями;

– руководство – явление более стабильное. Лидерство, напротив, подвержено влиянию перепадов во мнениях и настроениях членов группы, организации.

Таким образом, главные различия между руководством и лидерством можно разбить на 3 группы.

1. Функциональные. Организационное руководство считается логическим атрибутом функционирования официальной структуры. Оно учитывает организацию работы группы в целях решения установленных перед ней задач, в чем, непосредственно, и заключается ее назначение. Лидерство определяет преимущественно психологические взаимоотношения

⁴ Урбанович А. А. Психология управления. С. 36–37.

в группе, возникающие «по вертикали», т. е. с точки зрения отношений доминирования и подчинения.

2. Условия возникновения и прекращения. Руководитель, как правило, или назначается официально, или выбирается. Служебные полномочия и прямые обязанности руководителя снимаются с руководителя при освобождении его от занимаемой должности. Лидерство появляется естественным образом в процессе взаимодействия людей. Процессы лидерства и власть лидера сохраняются до тех пор, пока есть люди, готовые следовать за ним.

3. Источники власти. Руководитель наделяется надлежащими официальными правами, связанными с организацией деятельности группы, по решению поставленных перед ней задач. Лидер не обладает формализованными официальными правами, сила основана на авторитетности и подкрепляется определенными в группе общепризнанными нормами.

Таким образом, руководство – это процесс правового воздействия, исполняемый руководителем на основе власти, данной ему государством или группой (в случаях, если руководитель выбирается). При эмоциональном воздействии лидера на последователей в организации, исполняемого им в большей степени на базе неформальных (индивидуальных) источников воздействия и сконцентрированного в разрешение организационных задач, оптимизацию внутригруппового взаимодействия.

В настоящее время множество исследователей разделяют представление о том, что все функции руководителя в своей основе полагаются на мастерство лидерства, и их удачное осуществление находится в зависимости от освоения руководителем методами и навыками лидерства. В окончательном результате, исполнителем любой профессиональной роли является «личность», а в работе каждого руководителя имеется психологическое, в том числе лидерское основание, которое «преломляет» все указания, инструкции и методы взаимодействия с подчиненными.

Любой руководитель имеет возможность применять средства организационного лидерства в практике управления. Но размер данных способностей во многом зависит от его индивидуальных отличительных черт, профессионально-психологической компетентности, а кроме того условий, в которых исполняется управленческое взаимодействие.

Интересным в этой связи является подход Г. Минцберга, в соответствии с которым лидерство – это одна из ролей, которую играет руководитель в практической деятельности. В соответствии с этим, руководитель способен, как применять эту роль, так и отторгать согласно разным обстоятельствам. Руководитель может быть лидером, а может и не являться им⁵. В случае организации в 1 облике данных 2-ух ролей руководитель приобретает вероятность воздействовать на процессы самоорганизации группы, сводит индивидуальные и массовые потребности, а кроме того способен наиболее подробно отображать круг интересов группы во внешних инстанциях. Целесообразно еще один раз отметить понятие «акт лидерства». Лидерство создается в ходе событий, имеющих начало и конец. Когда встречаются лидер и последователи, появляются и области их взаимодействия. Потом они достигают зрелости, завершаются и возрождаются при следующей их встрече. При этом у большей части событий, подтверждающих факт лидерства, небольшой период воздействия. Другими словами, лидерство формируется из дискретных реальностей – актов лидерства, а в остальное время существует только лишь как облик в восприятии последователей. Вследствие чего, с точки зрения взаимодействия, работа руководителя представляется как взаимодополняющее применение в общении с подчиненными различных ролей.

В одних ситуациях он способен выступать в роли руководителя, совершая акт руководства и применяя официальную должностную власть, а в других – в роли организационного лидера (совершая акт лидерства),

⁵ Mintzberg H. The Nature of Managerial Work. N.Y., 1973. P. 226.

применяя при этом неофициальное, личностное влияние. Но аспект к рассмотрению лидерства посредством аналогий неформального и формального воздействия применим для руководителей небольших подразделений (малой социальной группы). Но он не всегда в полной мере может быть применен при рассмотрении деятельности и позиции первого руководителя крупной организации, количество сотрудников которой измеряется тысячами. В последнем случае сотрудники-последователи могут редко, а иногда и вообще лично не встречаться с руководителем, не наблюдать актов лидерства руководителя как проявлений его неофициального воздействия. Тем не менее, они могут признавать в нем лидера, показывать готовность следовать за ним, даже воспринимая его лишь как легенду.

В этом случае организационное лидерство предстает в иной – позиционной форме, вбирая в себя элементы политического лидерства.

Важное качество позиционного лидера – четкое видение цели, которая другими может оцениваться в крайне неясных очертаниях либо не видеться совсем. Важная функция позиционного лидера – установление тенденции перемещения (формирования организации) и ведение за собой последователей. В данный процесс может результативно встраиваться управляющий (менеджер), главная цель которого – с минимальными утратами осуществить установленную задачу. При этом решающее значение в процессе формирования лидерства имеет притягательность целей для последователей и надлежащее восприятие ими самого лидера. Привлекательность целей во многом зависит от ведущих мотивов и потребностей последователей. Восприятие последователями лидера и его действий предопределяется их индивидуальными отличительными чертами, а также жизненным опытом и имеющимися в их сознании образами лидера, которые стремительно конструируются и перестраиваются в течение жизни. Возможно поэтому, люди нередко наиболее склонны

следовать за человеком, для них менее доступным, так как это предоставляет больше простора для воображения последователей в конструировании его лидерского образа.

Так, с функциональной позиции, 1-ый руководитель организации считается лидером в том случае, когда он на самом деле предстает перед сотрудниками «впередсмотрящим», имеет перспективное видение результативного формирования организации и содействует его исполнению.

В другом случае руководитель преобразуется попросту в управляющего (руководителя-администратора). В отсутствии цели организация впивается текущей деятельностью, вязнет в ней, что приводит к застою и стагнации.

Устои североамериканского маркетинга подразумевают, то, что хороший руководитель обязан являться и лидером. При назначении работника руководителем на каком-либо уровне управления предпочтительно, чтобы на протяжении конкретного времени (как правило, нескольких месяцев) он стал лидером. В случае если совершить данное ему никак не получается, в таком случае, согласно неписаным правилам, руководитель обязан освободить занимаемое место для того, кто может стать лидером.

1.2 Феномен женского лидерства: гендерные особенности лидерства и руководства

В исследованиях гендерных особенностей руководства и лидерства можно выделить три основных направления.

Доминирование гендерного фактора над лидерской позицией

Концепция гендерного потока (gender-role spill-over), выдвинутая Барбарой Гу-Тек⁶, фактор пола считает преобладающим: он является более сильным, чем другие факторы, в том числе и лидерство, как бы "заливая", подобно потоку, все вокруг (возникает так называемый гендерный эффект, когда пол становится более значимым, чем все другие факторы).

В соответствии с данной концепцией, восприятие лидера зависит, прежде всего, от его пола. В самом деле, в некоторых исследованиях было установлено, что женщины воспринимались как менее знающие лидеры, особенно если эксперты-подчиненные были приверженцами классических, а не эгалитарных представлений на лидерство.

Теория гендерного отбора лидеров (Дж. Боумэн с соавт.; С. Суттон с соавт.⁷) исходит из допущения, что общество в целом и в организациях в частности предъявляют разные условия по отношению к лидерам разного пола; по отношению к представительницам слабого пола эти условия выше: для того, чтобы получить ту же должность менеджера, что и представитель сильного пола, женщина должна показать гораздо более высокий, по сравнению с ним профессионализм, для того, чтобы снять влияние предубеждений против нее. Данные предубеждения не дают части женщин

⁶ Adams J., Rice R.W., Instone D. Follower attitudes toward women and judgments concerning performance by female and male leaders // Acad. of Management J. 1984. V. 27. N 3. P. 636–643.

⁷ Eagly A.H., Karan S.J., Makhijani M.G. Gender and effectiveness of leaders: A meta-analysis // Psychol. Bull. 1995. V. 117. N 1. P. 125–145.

занять лидерскую позицию, что порождает гендерную диспропорцию среди лидеров в организациях.

Концепция токенизма (tokenism), предложенная Розабет Кэнтер⁸, постулирует, то, что на массовую динамику проявляет воздействие соотношение представителей разных цивилизованных категорий в группе (в частности, по гендерной и расовой принадлежности). В асимметричной группе ее члены, образующие большинство по какому-то из указанных признаков, были названы доминантами. А те, кто количественно лишь символически был представлен в группе, получили название "токенов" (символов); к примеру, в качестве последних выступали 2-3 чернокожих в школе для белых. Токены из-за своей малочисленности наиболее заметны, более стереотипно воспринимаются, их характеристики гиперболизируются по сравнению с доминантами⁹. Женщины в мужской группе и женщины-лидеры в мужском деловом мире выступают в качестве токенов, играя одну из четырех неформальных ролей (обнаруженных эмпирически):

а) "матери" — от нее ждут эмоциональной поддержки, а не деловой активности;

б) "соблазнительницы" (seductress) — здесь токен выступает лишь сексуальным объектом мужчины с высоким должностным статусом в организации, вызывая негодование у коллег-мужчин;

в) "игрушки, талисмана" (pet, mascot) — милой, но не деловой женщины, приносящей удачу

г) "железной леди" (iron maiden) — этим токенам приписывалась неженская жесткость, и они были особенно изолированы от группы.

⁸ Bartol K.M., Martin D.C. Women and men in task groups / Ashmore R.D., Delboca F.K. (eds). The social psychology of female — male relations. N.Y.; L.: Acad.Press, 1986. P. 259–310.

⁹ Riordan C.A., Gross T., Maloney C.C. Self-monitoring gender and the personal consequences of impression management // Am. Behav. Sci. 1994. V. 37. N 5. P. 715–725.

Все эти роли препятствуют женщинам занять положение равных доминантов в группе, уменьшает их способности должностного роста, и поменять эту обстановку способно только увеличение их количества среди лидеров.

Инграция (ingratiаtion). Это понятие, введенное Е. Джоунсом (а теоретическая модель разработана Р. Лайденом и Т. Митчеллом), означает способность человека быть привлекательным для других людей, достигать их расположения и влюбленности. Человека, который вызывает такое отношение у окружающих, называют инграциатором, а объект инграциации — мишенью. Инграциаторами могут выступать и лидер, и последователь¹⁰. Считается, что инграция способна подействовать женщинам-лидерам уравнивать свои шансы с мужчинами, в частности, в установлении хороших взаимоотношений с подчиненными.

Для объяснения отсутствия различий между лидерами разного пола привлекается идея андрогинии. Самыми известными здесь являются теории, разработанные двумя женщинами: Джудит Спенс¹¹ с коллегами рассматривала андрогинность как сочетание показателей высокой маскулинности и высокой фемининности, а Сандра Бем¹² представляла ее как баланс между этими двумя категориями. Андрогинности отдавали предпочтение перед маскулинностью и фемининностью, и теория андрогинного менеджмента А. Серджента¹³, к примеру, утверждала, что эффективный лидер должен перенимать лучшее, что есть в качествах другого пола, и интегрировать мужские и женские характеристики.

¹⁰ Wayne S.J., Liden R.C., Sparrowe R.T. Developing leader — member exchanges. The influence of gender and ingratiаtion // *Am. Behav. Sci.* 1994. V. 37. N 5. P. 697–714.

¹¹ Taylor M.C., Hall J.A. Psychological androgyny: Theories, methods and conclusions // *Psychol. Bull.* 1982. V. 92. N 2. P. 347–366.

¹² Bem S.L. Probing the promise of androgyny / Walsh M.R. (ed.). *The psychology of women. Ongoing debates.* New Haven; L.: Yale Univ. Press, 1987. P. 206–225.

¹³ Bartol K.M., Martin D.C. Women and men in task groups / Ashmore R.D., Delboca F.K. (eds). *The social psychology of female — male relations.* N.Y.; L.: Acad.Press, 1986. P. 259–310

Однако метаанализ эмпирических данных не подтвердил ни традиционное представление о психологическом благополучии (что мужчины должны быть маскулинными, а женщины — фемининными), ни обе гипотезы, отдающие предпочтение андрогинии. Это благополучие оказалось связанным с преобладанием маскулинных черт, а не андрогинных или фемининных. В американском обществе маскулинность дает больше преимуществ индивиду, чем фемининность, поэтому некоторые женщины предпочитают демонстрировать маскулинное поведение: выгод от него может быть больше, чем потеря. Возможно, поэтому ряд женщин подражает маскулинному лидерскому стилю¹⁴, особенно если они занимают должности в традиционно мужских областях деятельности¹⁵. Обладание же и маскулинными, и фемининными чертами одновременно чревато для индивида провоцированием дисфункционального внутреннего конфликта, по мнению Малири Тейлор и Джудит Холл¹⁶, поэтому они даже считают понятие андрогинии излишним. Не случайно и Сандра Бем¹⁷ позднее отказалась от идеи андрогинности как предпочтительного выхода для обоих полов. Сторонники фрейдизма традиционно негативно относились к женскому лидерству, связывая его сугубо с маскулинной гендерной ролью. Лидеры-женщины считались обладателями нездоровой гендерной идентичности, а их стремление к лидерству, называемое "фаллическим", рассматривалось как проявление неполноценности женщин, завидующих мужчинам. В последнее время можно наблюдать некоторое смягчение психоаналитических взглядов на женское лидерство.

¹⁴ Cox E. Leading women. Sydney: Random House, 1996. P 221-242.

¹⁵ Bartol K.M., Martin D.C. Women and men in task groups / Ashmore R.D., Delboca F.K. (eds). The social psychology of female — male relations. N.Y.; L.: Acad.Press, 1986. P. 259–310.

¹⁶ Taylor M.C., Hall J.A. Psychological androgyny: Theories, methods and conclusions // Psychol. Bull. 1982. V. 92. N 2. P. 347–366.

¹⁷ Bem S.L. Gender schema theory and its implications for child development: Raising gender-aschematic children in a gender-schematic society // Ibid. P. 226–245.

С позиций психоанализа рассматривает проявление феномена нарциссизма у мужчин и женщин-лидеров норвежский психотерапевт Я. Джорстад¹⁸. Он разделяет явления нормального нарциссизма, отражающего универсальную потребность человека в любви и поддержке, и патологического. Признаками последнего являются явно выраженные эгоцентризм, тревога (малейшая фрустрационная ситуация вызывает гнев), проективная тенденция (неспособность признавать свои слабости и ошибки — всегда виноваты другие), а также недостаток эмпатии и фантазии грандиозности (проявляющиеся в форме высокомерия, доминантности и в обесценивании других людей). По данным Я. Джорстада¹⁹, многие лидеры организаций демонстрировали признаки нарциссической тревоги. При этом мужчины были более склонны к нарциссической грандиозности. Причины этого автор видит как в их анатомии, более "заметной" по сравнению с женщинами, так и в поощряемом западной культурой стремлении чрезмерно преувеличивать свой имидж. Женщины-лидеры, либо отказывались от этой роли (до назначения или спустя некоторое время после него, несмотря на то, что обладали рядом качеств, безусловно, полезных для лидерства), либо старались уменьшить свою женственность, подражая мужчинам-лидерам.

Хотя были обнаружены данные о нездоровой идентичности тех женщин, что предпочитали карьеру семье, но были и другие результаты: женщины-менеджеры легко интегрировали в своей личности женственность и лидерство. А отказ женщин от него был связан не обязательно с боязнью утратить женственность, как постулировал психоанализ, но и с другими факторами. В частности, с нежеланием женщин играть в политические игры мужчин и с отношением общества к женскому

¹⁸ Jorstad J. Narcissism and leadership: Some difference in male and female leaders // Leadership and Organization Devel. J. 1996. V. 17. N 6. P. 17–23.

¹⁹ Jorstad J. Narcissism and leadership: Some difference in male and female leaders // Leadership and Organization Devel. J. 1996. V. 17. N 6. P. 17–23.

лидерству. В то же время достаточно часто встречаются работы, авторы которых связывают здоровую гендерную идентичность лидеров с влиянием мужчин — отцов (для обоих полов) и мужей (для женщин).

Доминирование лидерской позиции над гендерным фактором

Ситуационно-должностной подход (Р. Хауз; Дж. Хант)²⁰ на первое место ставит позицию человека в официальной структуре, должность, которую он занимает в организации, а не пол. Постулируется, что мужчины и женщины, выполняющие одни и те же лидерские роли, занимающие одни и те же менеджерские должности, не будут отличаться друг от друга ни по поведению, ни по лидерской эффективности. Однако ситуативные переменные могут способствовать тому, что гендер становится значимым фактором, и женщины-лидеры (с их меньшей властью, влиянием и ресурсами) в этом плане проигрывают по сравнению с мужчинами. В частности, речь женщин, с позиций этого подхода, является "речью безвластных", а женщины, занимающие должность, дающую им формальную власть, будут говорить подобно мужчинам, подражая их доминантности. Точно так же и мужчины-подчиненные будут по своим речевым характеристикам похожими на женщин. Результаты, полученные Катрин Джонсон²¹, частично подтвердили действие формальной позиции на вербальное, а тендера — на невербальное поведение. По мнению Элис Игли²² с соавт., этот подход недооценивает роль стереотипов в восприятии лидеров разного пола.

Статусная теория (или теория ранговых ожиданий), созданная Дж. Бергером с коллегами²³, имеет много приверженцев: М. Локхид и К. Холл; Линда Карли; Б. Меккер и П. Ветцель-О'Нейл, Элис

²⁰ Wayne S.J., Liden R.C., Sparrowe R.T. Developing leader — member exchanges. The influence of gender and ingratiation // Am. Behav. Sci. 1994. V. 37. N 5. P. 697–714.

²¹ Johnson C. Gender, legitimate authority and leader — subordinate conversations // Am. Sociol. Rev. 1994. V. 59. N 1. P. 122–135.

²² Eagly A.H., Karan S.J., Makhijani M.G. Gender and effectiveness of leaders: A meta-analysis // Psychol. Bull. 1995. V. 117. N 1. P. 125–145.

²³ Cross S.E., Madson L. Models of the self: Self-construals and gender // Psychol. Bull. 1997. V. 122. N 1. P. 5–37.

Игли²⁴. Поведение человека в деловых ситуациях в малых группах объясняется его статусом в больших группах и обществе в целом. Поскольку статус в обществе не равен для разных полов или рас, то и в деловом мире мужчина, согласно стереотипам, изначально воспринимается как высокостатусный. Женщина — как низкостатусный индивиды²⁵. Чтобы стать лидером в группе, женщине приходится преодолевать больше препятствий по сравнению с мужчиной, даже если она обладает большими знаниями и способностями, чем кто-либо еще в группе; это было установлено при изучении детских групп, состоящих из представителей разных рас, в отношении черных детей. По мнению Элен Мэккоби и Кэрол Жаклин, дело обстоит аналогично и с женским лидерством²⁶.

Высокостатусного индивида оценивают как более компетентного и имеющего более желательные атрибуты по сравнению с низкостатусным, поэтому первому предоставляют более благоприятные возможности для того, чтобы хорошо выполнять работу и влиять на других людей. В результате он действительно становится более влиятельным. Будучи низкостатусными, женщины вынуждены демонстрировать с помощью экспрессивного поведения поддержки и согласия с высокостатусными индивидами, что они не стремятся узурпировать власть²⁷. Однако повышение статуса (благодаря своей компетентности или же благодаря официальной должности) позволяет женщине-лидеру проявлять поведение лица с более высоким статусом (мужчины), в частности, стиль, ориентированный на задачу.

²⁴ Eagly A.H., Karan S.J., Makhijani M.G. Gender and effectiveness of leaders: A meta-analysis // *Psychol. Bull.* 1995. V. 117. N 1. P. 125–145.

²⁵ Johnson C. Gender, legitimate authority and leader — subordinate conversations // *Am. Sociol. Rev.* 1994. V. 59. N 1. P. 122–135.

²⁶ Maccoby E.E., Jacklin C.N. *The psychology of sex differences*. V. 1, 2. Stanford, 1983. P. 109–112.

²⁷ Wayne S.J., Liden R.C., Sparrowe R.T. Developing leader — member exchanges. The influence of gender and ingratiation // *Am. Behav. Sci.* 1994. V. 37. N 5. P. 697–714.

Эта теория объясняет множество эмпирических данных, обнаруживающих как сходство, так и различие лидеров разного пола по эффективности, стилям, речевому поведению в деловых ситуациях, причем, в отличие от других направлений, она предсказывает действие гендерного эффекта и в лабораторных, и в полевых условиях. Учитывает она и стереотипы. Однако не объясняет гендерные различия в социальном поведении за пределами деловых групп, и некоторые другие факты. В частности, то, почему женщины (в том числе и лидеры) демонстрируют более явно выраженное социо-эмоциональное поведение в чисто женских группах по сравнению со смешанными по полу. В соответствии с теорией, в первых, женщины должны проявлять большую ориентацию на задачу, чем в последних, где они имеют низкий статус.

Одной из наиболее распространенных зарубежных теорий лидерства остается бихевиористская динамическая модель обмена в диаде "лидер — исследователь" ("leader — member exchange" — LMX) Г. Граена с соавторами²⁸: лидер формирует уникальные взаимоотношения с каждым подчиненным (как систему обменов). Эти отношения могут быть хорошими (с взаимным доверием и поддержкой, высокой продуктивностью работы и удовлетворенностью подчиненных), средними или плохими (с простым выполнением служебных обязанностей) и носят название высокого, среднего и низкого LMX соответственно. В последнее время изучается влияние тендера на LMX.

Считается, что женщинам-лидерам труднее формировать отношения высокого LMX с мужчинами, чем их коллегам противоположного пола, поскольку симпатия возникает скорее между индивидами, имеющими сходство между собой²⁹. Однако в исследованиях такие женщины оказались

²⁸ Fairhurst G.T. The leader — member exchange patterns of women leaders in industry: A discourse analysis // *Communic. Monographs*. 1993. V. 60. Dec. P. 321–351.

²⁹ Wayne S.J., Liden R.C., Sparrowe R.T. Developing leader — member exchanges. The influence of gender and ingratiation // *Am. Behav. Sci.* 1994. V. 37. N 5. P. 697–714

способными устанавливать отношения высокого LMX, в частности, с мужчинами-подчиненными.

Концепция LMX тесно связана с представлением о высоко трансформационном лидере (Б. Басе, Дж. Хант и другие), который обладает способностью преобразовывать (совершать трансформацию) своих подчиненных и мотивировать их на сверхдостижения. Было установлено, что мужчины и женщины имели равную способность быть высоко трансформационными лидерами³⁰.

Вероятностная модель лидерства, разрабатываемая Ф. Фидлером³¹ и его последователями, хотя и редко обращается к половым различиям, постулирует, что женщины и мужчины будут отличаться по лидерской эффективности лишь в том случае, если будут использовать различный лидерский стиль. В самом деле, в своем исследовании К. Шнейер не обнаружил у лидеров тендерных различий по стилю: все они были значительно более ориентированы на задачу, чем не лидеры.

Равноценность гендерного фактора и лидерской позиции

Концепция информационной обработки Д. Гамильтона и связанная с ней теория схемы С. Тейлора и Дж. Крокера³² разрабатываются в рамках когнитивного подхода. Человек стремится упорядочить свое знание об окружающем мире и прибегает при этом к схемам (стереотипизированным стимулам). При обработке социальной информации используется три типа схем:

- а) личностные,
- б) ситуационные
- в) ролевые.

³⁰ Komives S.R. The relationships of same- and cross-gender work pairs to staff performance and supervisor leadership in Residence Hall Units // Sex Roles. 1991. V. 24. N 5/6. P. 355–363.

³¹ Schneier C.E. The contingency model of leadership: An extension to emergent leadership and leader's sex // Organizational Behav. and Hum. Perform. 1978. V. 21. P. 220–239.

³² Bem S.L. Gender schema theory and its implications for child development: Raising gender-aschematic children in a gender-schematic society // Ibid. P. 226–245.

Ролевые могут быть связаны с полом (гендерная роль) или с должностью, позицией в группе (к примеру, лидерская роль). Схема позволяет быстро опознать стимул и предсказать его поведение. Так рождаются стереотипы в восприятии окружающих: о том, как должны вести себя мужчины и женщины (гендерный стереотип), и о том, каким должен быть лидер, менеджер (лидерский стереотип).

Множество исследований посвящено изучению влияния стереотипов на восприятие различных аспектов поведения мужчин и женщин в роли лидеров³³. При этом выясняется, что лидеры не соответствуют либо тендерному, либо лидерскому стереотипу. Чтобы устранить встречающееся рассогласование между прогнозируемым по стереотипу и реальным поведением другого человека, индивид прибегает к следующим приемам:

а) каузальной атрибуции (к примеру, достижение успеха женщинами объясняется удачей, а не способностями);

б) игнорированию рассогласования;

в) ролевому выравниванию (поведение индивида подгоняют к ролевому стереотипу);

г) навешиванию девиантного ярлыка (женщину, делающую карьеру, называют "синим чулком", "бесплодной" — "libber");

д) вытеснению из группы (женщинам-менеджерам, к примеру, дают меньше информации, слишком короткие сроки для выполнения задания).

Кэтрин Бэртол и Д. Мартин³⁴ объясняют противоречивость эмпирических данных, полученных в лабораторных и полевых исследованиях, с помощью указанной теории. В лабораторных условиях

³³ Powell G.N. One more time: Do female and male managers differ? // Acad. Manag. Executive. 1990. V. 4. N 3. P. 68–75.

³⁴ Bartol K.M., Martin D.C. Women and men in task groups / Ashmore R.D., Delboca F.K. (eds). The social psychology of female — male relations. N.Y.; L.: Acad.Press, 1986. P. 259–310.

проявляется гендерная схема: женщина считается непригодной для роли лидера и сама отказывается от этой роли в присутствии мужчин; в организациях же в отношении женщины-лидера действует скорее лидерская, чем гендерная, схема и окружающие оценивают ее одинаково с мужчиной.

Социально-ролевая теория гендерных различий лидеров разрабатывается известной американской исследовательницей Элис Игли с 1987 г.³⁵. Чтобы быть принятыми обществом, мужчины- и женщины-лидеры должны вести себя конгруэнтно их гендерной роли и в своем поведении и мотивации соответствовать гендерному стереотипу. С другой стороны, роль лидера также предъявляет свои требования к индивиду. И поскольку, согласно стереотипам, эта роль является маскулинной, женщины-лидеры будут испытывать конфликт между гендерной и лидерской ролями. Негативные предубеждения против женщин-лидеров могут вызывать у них снижение самооценки, неуверенность в себе и, соответственно, ухудшение продуктивности работы. И хотя компетентные женщины способны преодолеть эти сложности, мужчины получают преимущество при сравнении их с женщинами в роли лидера, так как подобных барьеров для них не существует. Э. Игли считает, что смягчение ролевого конфликта у женщин-лидеров приведет к росту их достижений. Этому смягчению могут способствовать:

а) реальные успехи женщин;

б) выбор ими той области занятий и должности в тех организациях, где лидерская роль по стереотипу не слишком маскулинизирована, а, скорее, андрогинна (к примеру, руководитель детского образовательного учреждения, а не военного ведомства или бизнес-компании);

³⁵ Eagly A.H., Johnson B.T. Gender and leadership style: A meta-analysis // Psychol. Bull. 1990. V. 108. N 2. P. 233–256.

в) демонстрация относительно фемининного лидерского стиля — демократического и ориентированного на взаимоотношения³⁶.

Хотя эта теория достаточно популярна, она не способна объяснить те результаты, когда женщины и мужчины ведут себя одинаково, занимая одни и те же лидерские позиции. И все же именно она, как и статусная теория, представляются нам наиболее перспективными. Однако пока не появилось теории, объясняющей все экспериментальные факты.

³⁶ Eagly A.H., Karan S.J., Makhijani M.G. Gender and effectiveness of leaders: A meta-analysis // Psychol. Bull. 1995. V. 117. N 1. P. 125–145.

1.3 Мужское и женское лидерство: сравнительные анализ

Традиционно при обсуждении потенциала задатков мужского и женского лидерства ученые разных специальностей, физиологи, психологи, социологи, сходятся во мнении, что представительницы женского пола имеют меньше шансов проявить себя в лидерской позиции по сравнению с мужчинами.

Гендерные стереотипы о «мужской» и «женской» работе выражаются на уровне персонального сознания в форме гендерных установок следующим образом:

- у женщин как нанятых сотрудников — в их предпочтениях при выборе области самореализации;
- у нанимателей — в их предпочтениях при найме на работу.

Можно выделить три типа женщин по предпочитаемому виду совмещения профессиональных и семейных ролей.

1. Предпочтительная направленность на профессиональную деятельность, доходящая вплоть до отказа от семьи и рождения ребенка.
2. Предпочтительная направленность на семейные ценности, вплоть до ухода с работы.
3. Стремление гибкого сочетания профессиональных и семейных ролей.

Социальный стереотип о первичности женских обязанностей в частной области, с одной стороны, навязывается извне (государством и членами семьи), однако, с другой стороны, принимается женщиной без сопротивления. В следствии женщина старается подобрать такой режим профессиональной занятости, который даст возможность совмещать финансируемый и домашний труд. Такая стратегия объясняет доминирование у женщин «недостижимых» трудовых ценностей. Женщины первого типа, делающие выбор в пользу финансовой самостоятельности, профессионального продвижения, возникли в России сравнительно не так давно, в связи с экономическими изменениями

минувших 20 лет. Такие женщины наполняют в настоящее время прежде не существовавшие или недостижимые для них ниши занятости — бизнес и высшие административные должности, входят во властные структуры.

Вступление женщин в административную, общественно-политическую или финансовую элиту связано с преодолением своеобразных преград: у видимой доли жителей России все еще сохраняется традиционное отношение к женщине как к социальному фактору второго сорта, неспособному соперничать с мужчинами в решении непростых деловых задач. Данное усложняет восходящую деловую карьеру женщин. Приобретая вследствие реформ одинаковые с представителями сильного пола конституционные полномочия, в том числе право заниматься бизнесом, они вынуждены дополнительно тратить немалые силы на преодоление общественного и эмоционального сопротивления деловой среды, в которой преобладают мужчины.

На данный момент исследователи приходят к выводу, то, что возможно выделить своеобразно «женский» стиль управления, отличающийся особыми чертами, но не меньшей эффективностью, чем стиль «мужской». Согласно данным Т. И. Заславской, «мужское» управление бизнесом носит стратегический и современный характер. Отличается готовностью к основательному риску и личной ответственности, жесткостью реализации установленных решений³⁷.

Согласно сведениям Е. С. Балабановой, представительницы слабого пола не могут достичь успеха в тех областях и в те периоды, которые объединены с конфликтностью и психологическими перегрузками. По этой причине женщины были неуспешны в руководстве бизнесом в 1990-е гг., в период симбиоза бизнеса и криминальных структур, где был эффективен

³⁷ Заславская Т.И. Авангард российского делового общества: гендерный аспект Социологические исследования 2006. №5. С. 3-14

язык силы и угроз³⁸. Достоинствами же женского руководства предприятиями и фирмами признаются притяжения к манерам, отличающимся наименьшей дистанцией власти (лидер или координатор — в сопоставление владельцу или шефу). Способность создавать командную работу, внимательно слушать, мотивировать и поддерживать сотрудников, применять технологии «знаков внимания». Помимо этого, женщинам характерна наименьшая амбициозность и значительная прогнозируемость действия, отклонение от слишком рискованных стратегий, способность создавать наиболее осмотрительные отношения с партнерами.

Исследовав гендерные аспекты жизни и деятельности делового сообщества, Т. И. Заславская пришла к следующим выводам.

1. При сравнении женского и мужского гендеров предпринимателей и менеджеров выявляется больше общих черт, чем различий. Оба гендера характеризуются однообразием профессионального профиля и взглядах о преградах к формированию бизнеса. Характерные черты, достойные особого интереса, связаны со спецификой общественных ролей и ожиданий в адрес мужчин и женщин, отличиями их индивидуальных качеств, оказывающих большое влияние на профессиональный профиль, а также со специфическими общественными и цивилизованными преградами к должностному продвижению женщин.
2. У женщин, занятых в сфере управления фирмами, наиболее сформированы профессиональные качества, особенно важные в малом и среднем бизнесе. Однако, с другой стороны, они уступают представителям сильного пола в развитости инноваторского мышления, креативном размахе, готовности к основательному риску и исполнению крупных стратегических проектов. Так как эти два стиля лидерства обоюдно дополняют друг друга, идеальный результат для общества может быть достигнут при равноправном участии

³⁸ Социология гендерных отношений: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Под ред. З. Х. Саралиевой. — М.: РОССПЭН, 2004. — 270 с.

обоих гендеров в бизнесе на основе беспрепятственной деловой конкурентной борьбы.

3. Истинные требования деловой деятельности женщин и мужчин современной России не являются равными. Явление профессиональной дискриминации женщин не изжито, их служебный рост наталкивается на большие трудности, нежели у мужчин.

4. Такие социально профессиональные качества деловых женщин, как осмотрительность, желание разрешать образующиеся инциденты не силовыми методами, а переговорами, способность устанавливать доверительные контакты с партнерами, значительно меньшая включенность в преступные и незаконные действия, обуславливают интерес отечественного общества в увеличении их значимости в сфере управления бизнесом.

5. Невзирая на то, что участие женщин в управлении бизнесом, согласно мнению специалистов, расширяется, функционируют они, как правило, на вторых ролях³⁹.

Женщины, нацеленные на карьеру, встречаются также с рядом эмоциональных проблем. Углубленность в «карьеру» обедняет психологическую жизнь женщин, сопровождается чувством одиночества, отсутствием перспективы в личной жизни, встречается с молчаливым неодобрением общественного мнения⁴⁰.

³⁹ Заславская Т. И. Авангард российского делового сообщества: гендерный аспект // Социологические исследования. 2006. № 5. С. 3–14.

⁴⁰ Дынин П. И. Женщина и карьера // Практикум по гендерной психологии / Под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2002. С. 300–328.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО СТИЛЯ У ЖЕНЩИН-РУКОВОДИТЕЛЕЙ

Стереотипы, господствующие в современном обществе, поддерживают скорее «мужскую модель» бизнеса, но, несмотря на это, женщины все чаще проявляют лидерские качества и становятся во главе крупных департаментов, возглавляют корпорации, входят в советы директоров, организуют собственный бизнес, активно занимаются общественной и политической работой.

Женщин в России 78,7 млн. человек, или 53% населения страны. Это самая крупная социальная общность, отличающаяся психическими и демографическими особенностями, многоролевыми функциями и определенным социальным статусом. Следовательно, на рынке труда это одна из крупнейших групп населения.

Говоря о карьере как о достижении определенного социального статуса личности, можно обнаружить, что высокий социальный статус для женщины в любой стране мира, а не только в России, мало или вообще недоступен. Чаще всего женщине отказывают или препятствуют в реализации выбора сферы профессиональной деятельности и профессиональной карьеры как главной жизненной стратегии.

Даже в самой феминизированной стране мира – Норвегии – женщинам принадлежит всего 59 из 165 мест в парламенте. В Швеции, стране с одним из самых высоких в мире показателей степени участия женщин в экономической и политической жизни – доля женщин в парламенте достигает 42,7%; Финляндии – 33,5%; в Дании, Нидерландах – 36–37%.

Женщины особенно уверенно ощущают себя в экономической структуре. Они тщательно и дотошно умеют считать деньги. Если необходимо исследовать положение фирмы на рынке, женщины успешно справляются и с этим.

Преуспеванию женщин в предпринимательстве и бизнесе содействует их способность преобразовывать «надо» в «хочу». Для них «хочу» одушевление независимости в собственных делах, идеях, участии. Преобразование «надо» в «хочу» ожжет помочь им благополучно решить еще одну существенную проблему: это проблема «долгого ящика», преодоление соблазна отложить «на потом» малоприятное или неинтересное дело. И чтобы этот «ящик» не висел над ними дамокловым мечем и не «давил» на нервную систему, они разбирают его достаточно быстро, понимают, что успех сопутствует тому, кто не всегда создает, что хочет, но всегда хочет того, что создает.

Весьма немаловажно с целью достижения длительного преуспевания в бизнесе являться уверенным в том, что деньги зарабатываются честными методами, а осуществляемый бизнес несет благо людям. Выполнение данных обстоятельств дает возможность деловым женщинам быть в ладу с собственным «Я», а средства станут им в удовольствие. Хорошие дела не остаются незамеченными окружением, увеличивают репутацию, привлекают клиентов, гарантируют коммерческий успех предпринимательской работы.

В деловом мире имеются строгие законы поведения, на основании которых партнеры решают, можно ли с этим деловым человеком или компанией заключать сделку либо правильнее не выполнять этого. Превосходная направленность в этике и протоколе деловых партнерских отношений необходима деловой женщине. Данное гарантирует результативную и безопасную реализацию торговых целей и оградит от нежелательных эффектов.

Взгляды о женщинах-руководителях разнообразны и иногда двойственны. Одни полагают, что их нельзя пускать во власть, это «святая святых» мужчин, доказывая это тем, что мужчины быстрее соображают, а, главное, что они уверенней в себе.

Другие выбирают женщин-руководителей, так как они наиболее

сговорчивы и менее амбициозны.

По данным исследования А. Е. Чириковой, образ Я женщин–менеджеров высшего и среднего звена включает в себя такие деловые черты, как трудолюбие, ответственность и уравновешенность (максимальное число оценок)⁴¹. Хотя идеальный образ управленца включает в себя черты «гуманного менеджера», женщины могут охарактеризовать свой собственный стиль управления как гуманный лишь отчасти. Наибольшее расхождение между идеальным образом и реальной самооценкой наблюдается по таким качествам, как активность, уверенность в себе, уравновешенность и ответственность. По мнению женщин–руководителей, они излишне честны и щедры в бизнесе, отличаются повышенной скромностью, душевностью и мягкостью, однако недостаточно активны и пунктуальны, страдают сниженным уровнем открытости, а их уровень жизнерадостности мог бы быть выше.

Исследования свидетельствуют о том, что реальная картина найма полностью совпадает с представлениями нанимателей о гендерных особенностях конкретных рабочих мест. По данным И. М. Козиной, если вакансия представляется нанимателю мужской, то в 97 % случаев ее занимает мужчина, если женской, то в 99 % случаев – женщина. Те вакансии, которые определялись нанимателем как «гендерно–нейтральные» (нет требований к полу), заполняются большей частью женщинами (70 %)⁴².

Женщины подвергаются дискриминации не только при найме на работу, но и на рабочем месте.

Обычно женщины в организациях достигают меньшего статуса, чем мужчины. В зарубежной гендерной психологии это положение объясняется

⁴¹ Чирикова А. Е., Кричевская О. Н. Женщина–руководитель: деловые стратегии и образ Я // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 45–56.

⁴² Козина И. М. Профессиональная сегрегация: гендерные стереотипы на рынке труда // Социологические исследования. 2002. № 3. С. 126–136.

с помощью теории «стеклянного потолка». Эта метафора выражает тот факт, что во многих организациях существует как бы невидимый потолок, выше которого женщины не могут продвинуться. «Стеклянный потолок» определяется как «искусственно созданные барьеры, основанные на предрассудках, существующих внутри организаций, которые не позволяют квалифицированным работникам продвигаться по службе и занимать руководящие посты в своих организациях. Квалифицированные женщины и представители меньшинств часто оказываются под этим потолком и могут только наблюдать оттуда, как другие продвигаются по служебной лестнице». Основная причина существования «стеклянного потолка» – представление о том, что женщина непригодна для роли лидера и руководящей работы. Зарубежные исследования показывают, что успешный руководитель обладает, в представлении окружающих, чертами личности, которые считаются скорее мужскими, чем женскими⁴³.

Сейчас, после проведения нескольких всеобъемлющих исследований, ситуативно-центрированные факторы признаны главными причинами того, что женщины слабо представлены на руководящих должностях.

Таким образом, социально-профессиональный статус женщин является, согласно статистике, относительно высоким. Решающим фактором в таком положении дел является высокий уровень образования и профессиональной квалификации женщин, который определяет достойное их представительство на средних ступенях служебной иерархии и в значительной мере нивелирует в доходах.

Данные российских социологических опросов административных работников показывают: 54,5 % респондентов считают, что женщина должна участвовать в управлении наравне с мужчинами; 11,4 % уверены, что большинство руководящих должностей нужно отдать женщинам; 34,1 % отдадут предпочтение руководителям–мужчинам, при этом 9,1 % из них

⁴³ Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: Прайм–Евразия, 2001. – 320 с.

полагают, что женщин вообще не должно быть на руководящих постах⁴⁴.

Многочисленные исследования показывают, что кроме ограничения в карьерном росте женщины на рабочем месте сталкиваются с явлениями дискриминации разного характера (несправедливое отношение, недооценка трудового вклада, сексуальное преследование и т.д.). Самым же ярким проявлением дискриминации является тот факт, что работающие женщины зарабатывают намного меньше того, что получают мужчины⁴⁵.

Большинство зарубежных исследований не обнаруживает различий между женщинами и мужчинами в эффективности руководства, но выявляет ситуационную специфику его проявлений. В одних ситуациях и ролях более эффективны мужчины, в других – женщины.

Традиционный взгляд состоит в том, что женщины выбирают ориентированное на отношения руководство, поскольку по природе более эмоциональны. Мужчины демонстрируют ориентацию на задачу, потому что чаще характеризуются настойчивостью и целеустремленностью. Однако есть предположения, что существующие качества не взаимоисключают друг друга, и приписывание той или иной ориентации в стратегии руководства только одному полу неравномерно. Оно обуславливается личностными особенностями или ситуационным запросом, а совсем не половыми характеристиками.

Замечено, что мужской стиль более эффективен или в структурированных ситуациях и при решении простых задач, или в ситуациях с высокой степенью неопределенности. Женский стиль дает наибольшую эффективность в рутинных условиях. Имеет значение также уровень руководства. На высших уровнях предпочтительнее мужчины, а на средних – женщины.

⁴⁴ Дынин П. И. Женщина и карьера // Практикум по гендерной психологии / Под ред. И. С. Клециной. – СПб.: Питер, 2002. С. 300–328.

⁴⁵ Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: Прайм–Евроник, 2001 – 320 с.

С наиболее раннего возраста мужчины настроены на то, что они будут трудиться, чтобы, по меньшей мере, суметь прокормить семью. Только лишь малая доля женщин в раннем возрасте задумывалась над этим вопросом. Большая часть из них стремится найти кого-то, кто будет их содержать. Разница в настрое и направлении мышления, вытекающая из различных представлений, складывающихся еще в раннем возрасте, огромна.

Мужчины анализируют карьеру как значительную составную часть собственного существования. Если появляются какие-либо трудности индивидуального характера, то в таком случае мужчины ищут возможности «передергивать» личную и профессиональную «карты». Женщины же настаивают на точном разделении индивидуальных и профессиональных проблем, в случае конфликта они однозначно выбирают тот или иной путь.

Иное типичное отличие принадлежит к понятию «личная стратегия». Мужчины характеризуют ее как результат поставленной цели. Когда перед ними стоит новая цель, они регулярно задаются вопросом: «Что мне это даст?» Это решающий вопрос, так как он ставит на карту их перспективу. Элемент времени отсутствует в рассуждениях у женщин. Они только думают о том, как возможно правильное решить проблему в данном месте и в данный момент, не принимая во внимание, какие последствия эта проблема будет иметь для них в перспективе. Уже во время игры в футбол мальчики обучаются тому, как следует объединяться в команду, чтобы одержать победу и не проиграть, из-за отдельных членов команды, которые могут иметь плохой характер. Взрослея, мужчины охотно помогают друг другу и на работе, рассчитывая на мужскую солидарность.

Как правило, девочки не обретают навыка действовать в составе команды. Если они занимаются спортом, то выбирают одиночные виды спорта, такие, как верховая езда или теннис. Большинство девушек никогда не узнает, что означает «командный дух», они не учатся объединяться в группы и побеждать все вместе.

Следующим стандартным отличием в мышлении мужчины и женщины

считается их оценка риска. Для мужчины риск означает утрату или доход, победу или крах, угрозу либо возможность. Женщины дают оценку риску равно как принципиально негативному моменту. Для них он означает утрату, угрозу, страдание. По возможности они избегают риска.

В остальном женщины предрасположены в противоположность мужчинам, в своем ролевом поведении чаще всего придерживаются взгляда: «Я именно такая, какая есть, нравится это другим или нет!» Вследствие этого им труднее отмежеваться от руководителя, работы или некой возникшей ситуации. Женщины принимают все очень серьезно.

ГЛАВА 3. СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦИАЛЬНОЙ ГРУППЫ ЖЕНЩИН-РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Для полноценного завершения научного изыскания необходимо провести эмпирическое исследование, попытаться на практике проверить или наоборот опровергнуть те теоретические установки, которые были использованы.

Данное исследование по соответствующей программе (Приложение 1) проведено в апреле 2016 года.

В нашем обществе женщина должна сначала доказать и показать мужчине, что она может быть равноправным партнером. Если она может быстро просчитать выгодные варианты, сделать интересные бизнес-предложения и доказать их состоятельно, то мужчина начинает воспринимать ее на равных.

Объектом исследования являлись женщины-руководители в бизнесе на территории Российской Федерации.

В качестве предмета исследования избрано становление женщины как лидера-руководителя.

Были поставлены следующие задачи:

1. Выявить качества женщины руководителя.
2. Определить методы пассивного и активного руководства.
3. Выявить существует ли различие в работе руководителя–мужчины и руководителя–женщины.
4. Определить часто ли приходится сталкиваться с таким феноменом, когда женщине сложнее сделать карьеру и продвинуться по карьерной лестнице, чем ее коллеге – мужчине, при прочих равных способностях, квалификациях

Метод биографического интервью выбран основным методом сбора социологической информации (см. Приложение 2)

Выборка – критериальная.

Респонденты отбирались по критериям.

- 1) Женщина
- 2) Наличие высшего образования
- 3) Возраст от 30 лет
- 4) Работа на руководящей должности не менее 2 лет.

Было проведено 5 интервью. Оказать помощь в исследовании согласились женщины-руководители из следующих городов России: г. Ухта, г. Москва, г. Невинномысск, г. Санкт-Петербург, г. Тамбов. Интервью проводилось с помощью программы Skype. Все разговоры были записаны на диктофон. Далее аудиозаписи были оформлены в транскрипт (см. Приложение 2).

Были выдвинуты следующие гипотезы

1. Успешная карьера женщины требует того, что приходится от чего-то, отказываться.

2. В решении деловых вопросов помогает женское обаяние.

3. Женщины лидеры часто сталкиваются с барьером, ограничивающим продвижение по карьерной лестнице, который не связан с профессиональными качествами.

В ходе исследования было определено, что на вопрос «Какими качествами должна обладать женщина-руководитель?», наиболее частыми ответами были: образованность (*«Самое главное это образованность....»*), умение планировать свое рабочее время (*«Умение планировать свое рабочее время и рабочее время подчинённых»*), владение эмоциями (*«Женщина должна уметь владеть своими эмоциями, хорошо планировать и в то же время оставаться женщиной»*). На основе

ответов респондентов можно сделать вывод, о том, что также женщина-руководитель должна обладать такими качествами как: ответственность, расчетливость, делегирование полномочий, справедливость, самоорганизация, трудолюбие, активность, коммуникабельность, экономность, умение найти подход к людям (клиентам и сотрудникам), стрессоустойчивость, желание поднимать свой уровень на постоянной основе. А также существует мнение, что качества для женщин и мужчин руководителей одинаковы.

Среди наименее важных качеств для женщины-руководителя респонденты называли чувство юмора, желание идти на риск и стремление к самореализации.

По мнению представителей женщин-руководителей, большинство из них в своей работе используют метод поощрений и наказаний. (*«: Метод кнута и пряника...», «...Метод поощрений и наказаний в основном» «Использую систему награждений за выполнение планов....»*). Для некоторых из опрашиваемых, руководство – это стиль жизни, руководить, планировать и направлять других на работе и дома, в бытовых вопросах. (*«Это просто стиль жизни....Быть в курсе всех происходящих событий.»*)

Существует мнение, что, успешная карьера женщины требует того, что приходится от чего-то, отказываться. По результатам исследования можно сделать вывод, что это действительно так. Чаще всего страдает личная жизнь, так как женщины-руководители чаще всего посвящают работе всю себя без остатка. Успешная карьера любого человека требует много времени и жертв, все зависит от того, насколько ты готов отдаваться работе, насколько ты любишь свою работу (*«От любимой работы и вечером ты готов быть активным, чтобы общаться с детьми, друзьями и тп. Если работа отнимает слишком много моральных сил, вся остальная жизнь уходит на второй план»*). Каждый расставляет приоритеты в жизни. Всем приходится чем то жертвовать (*«Например сейчас я мало вижу со*

своими друзьями...Я стараюсь на первое место поставить семью ее благополучие это мой бизнес. Поэтому я отдаю предпочтение работе семье, а жертвую походом в кино, т.к. за это время можно приготовить ужин и посмотреть кино дома»). Женщины выставляют приоритеты, для кого-то из них важнее бизнес, а для кого-то семья. Исходя из полученных данных и сделанных выводов, можно утверждать, что первая выдвинутая гипотеза «Успешная карьера женщины требует того, что приходится от чего-то отказываться» подтвердилась.

Опрашиваемые женщины четко планируют свое время. График работы расписан на месяц вперед, есть вещи, которые сами собой его формируют, расставляют приоритеты. В подробностях представляют, что нужно сделать, отводят время конкретно на каждую задачу, выстраивают последовательность своих действий. Все женщины, которые были опрошены, пользуются электронным ежедневником. Также некоторые респонденты указывают на то, что у них «врожденное чувство времени», начинают дела с «нелюбимых», сложных, с тех, которые занимают «намного больше усилий и времени». Предпочитают легкое и приятное оставлять на потом. Главное для них, это «собраться духом».

Существует позиция, согласно которой принципиальных отличий в женском и мужском стиле руководства нет, есть некоторые особенности, обусловленные разницей психологической структуры личности у мужчин и женщин. Успешные модели руководства осуществляют те из руководителей, которые независимо от своего пола имеют репертуар типов поведения, характерных и для женщин и для мужчин. Это означает, что и женщины, и мужчины имеют практически равные возможности для управления.

Некоторые женщины не согласны с мнением, что существует принципиальное различие в работе руководителя-мужчины и руководителя женщины. Некоторые убеждены, что существует. По их мнению, мужчин изначально принимают лучше. Женщины принимают как главного, мужчины

как равного. А к женщине руководителю, женщины относятся с ревностью, а мужчины с недоверием или пренебрежением. Руководитель женщина, более внимательно к нуждам и потребностям подчиненных, мужчины в этом смысле более хладнокровны.

Для того чтобы добиться успеха женщинам участвовавшим в исследовании помогли такие качества как – упрямство, понимание того, что от тебя хотят и уметь выдать больше чем ожидают, ответственность, работоспособность, стремление к самообучению, высокий уровень самодисциплины.

Стимулом развития является желание добиться чего-то большего. Цели и мечты помогают в развитии. Цель - это не пункт назначения - это путь. Иногда он оказывается таким увлекательным и интересным, что ничего не остановит. Для большинства сфера деятельности не дает стоять на месте. Постоянно появляется что-то новое. Также стимулом для развития является стремление к совершенству, сделать все идеально, образцово, без малейших ошибок. Поэтому женщины называют себя перфекционистками. Стимулом к развитию у некоторых является стремление к получению постоянного денежного потока.

На вопрос «Были ли случаи, когда Вам помогало в решении деловых вопросов женское обаяние?» Большинство женщины из участвовавших в исследовании ответили положительно, и только малая часть опрошенных никогда не задумывалась об этом. («Никогда не задумывалась об этом. Но я всегда улыбаюсь, думаю, это помогает, ведь людям приятно общаться с позитивным человеком»). Из этого можно сделать вывод о том, что 2 гипотеза «В решении деловых вопросов помогает женское обаяние», выдвинутая в начале исследования, подтвердилась.

Половина опрошенных женщин отметили, что они руководят преимущественно женщинами.

Большинство опрошенных женщин одинаково комфортно чувствуют себя в роли руководителей при любом гендерном составе подчиненных. Вместе с тем в тех случаях, когда в составе подчиненных преобладают представители одного пола, женщины-руководители заметно чаще предпочитают руководить коллективами с преобладанием мужчин.

Женщины-руководители, больше времени уделяют общению с семьей и чтению непрофессиональной литературы. В то же время они реже посещают кинотеатры, театры, рестораны и реже встречаются с друзьями.

Главным барьером в деловом мире для женщин остаются стереотипы, которые влияют на устремления и самооценку женщин и способствуют предвзятой оценке их действий и способностей, ограничивая тем самым предоставляемые им возможности и реализацию их потенциала. Такая ситуация является чрезвычайно мощным «стеклянным потолком», препятствующим доступу женщины к ответственным должностям управленческого уровня.

3 выдвинутая гипотеза: «Женщины лидеры часто сталкиваются с барьером, ограничивающим продвижение по карьерной лестнице, который не связан с профессиональными качествами» не подтвердилась. Так как только лишь малая часть исследуемых указала на то, что «стеклянный потолок» имеет место быть. И проблема даже не в мужчине и женщине, а в том, кем приходится соперник (друг, родственник и т.д.). (*«Стеклянный потолок имеет место быть. Но проблема скорее не в мужчине и женщине, а в родственник или нет, друг или нет»*). Проблема, с которой очень часто сталкиваются многие, когда по карьерной лестнице продвигают «нужных» людей, а более сильных, действительно достойных, оставляют в стороне. Остальные респонденты не сталкивались с данным феноменом, потому что работают сами на себя. Редко встречается, когда женщина и мужчина в одной компании занимают абсолютно одинаковые места в отделе, с одинаковыми обязанностями.

Для сравнения полученных данных и выдвижения выводов исследования, также был проведен вторичный анализ данных исследования PwC в июле 2015 года на тему: «Женщина-лидер в российском бизнесе».

С 2007 года PwC ежегодно проводит исследование, посвященное возможностям карьерного роста женщин в России.

PwC – международная сеть компаний, предлагающих профессиональные услуги в области консалтинга и аудита. Под «PricewaterhouseCoopers» понимаются компании, входящие в глобальную сеть компаний PricewaterhouseCoopers International Limited, каждая из которых является самостоятельным юридическим лицом. Компания существует на протяжении более 160 лет и входит в так называемую большую четвёрку аудиторских компаний.

PwC оказывает активную поддержку развитию женского лидерского потенциала, изучая как сдерживающие факторы, так и основные стимулы развития карьеры женщины и организуя различные мероприятия.

Стереотипы, господствующие в современном обществе, поддерживают скорее «мужскую модель» бизнеса, но, несмотря на это, женщины все чаще проявляют лидерские качества и становятся во главе крупных департаментов, возглавляют корпорации, входят в советы директоров, организуют собственный бизнес, активно занимаются общественной и политической работой.

Исследования в области женского лидерства помогают определить основные условия для профессионального развития женщин, выявляют потребность в различных образовательных программах, создании площадок для обмена мнениями и опытом, формирования и развития социальных связей в бизнес-среде.

В июле 2015 года было проведено исследование на тему: «Женщина-лидер в российском бизнесе».

Цель исследования – помочь женщинам в максимальном раскрытии личностного потенциала и выстраивании своей карьеры наиболее эффективным образом.

Методология

Описание выборки: женщины-руководители компаний с численностью сотрудников более 150 человек и оборотом, превышающим 120 млн рублей в год.

Сбор информации осуществлялся двумя методами:

- формализованный онлайн-опрос по стандартизированной анкете, состоящей из 25 вопросов. Всего опрошено 200 женщин. Метод использовался для получения статистически значимых и аргументированных оценок. В анкету были включены вопросы, связанные с различными аспектами женского лидерства: его природой, наиболее важными качествами для женщин-лидеров и их конкурентными преимуществами. Также вошли вопросы, помогающие понять как сдерживающие факторы, так и основные импульсы развития карьеры.

- глубинные интервью по неформализованному списку вопросов. Всего проведено 5 интервью. Основной задачей являлось определение основных мотивов и барьеров на пути реализации профессиональных стратегий.

В исследовании приняли участие женщины, занимающие различные руководящие позиции – от руководителей отделов и департаментов до директоров, управляющих, членов совета директоров и собственников компаний. Для получения сопоставимых результатов в общем числе опрошенных была увеличена доля женщин, представлявших компании Москвы как центра предпринимательской жизни России, обладающего особыми чертами корпоративного управления, образа жизни, предпринимательского климата и культуры. Доля респондентов из Москвы составляет 80%, из других регионов – 20%.

Респонденты представляли компании разных форм собственности. Большинство из них (54%) работают на частных российских предприятиях. Кроме того, были опрошены женщины-руководители частных иностранных компаний, государственных предприятий и некоммерческих организаций (НКО).



Рис. 1. Портрет современной женщины-лидера.

На основании данных исследования можно составить портрет современной женщины-лидера. Это женщина 37,5 лет, воспитывающая одного ребенка и обладающая значительным профессиональным опытом (61% занимает руководящую должность более 5 лет). Она хорошо образованна: 40% опрошенных женщин имеют два или более высших образования, а 9% – степень MBA или ученую степень.

Большинство опрошенных женщин (58%) не собираются останавливаться на достигнутом и стремятся к дальнейшему карьерному росту.

Согласно полученным данным, число женщин, занимающих позиции топ-менеджеров, по-прежнему невелико: в 24% компаний доля таковых не превышает 5%. Ситуация с представленностью женщин в совете директоров выглядит чуть лучше: более чем в половине компаний в состав совета

директоров входит хотя бы одна представительница прекрасного пола. Женщины хотят изменить сложившуюся ситуацию и нивелировать гендерную диспропорцию. Подавляющее большинство (82%) респондентов согласны с тем, что женщины обязательно должны присутствовать в совете директоров.

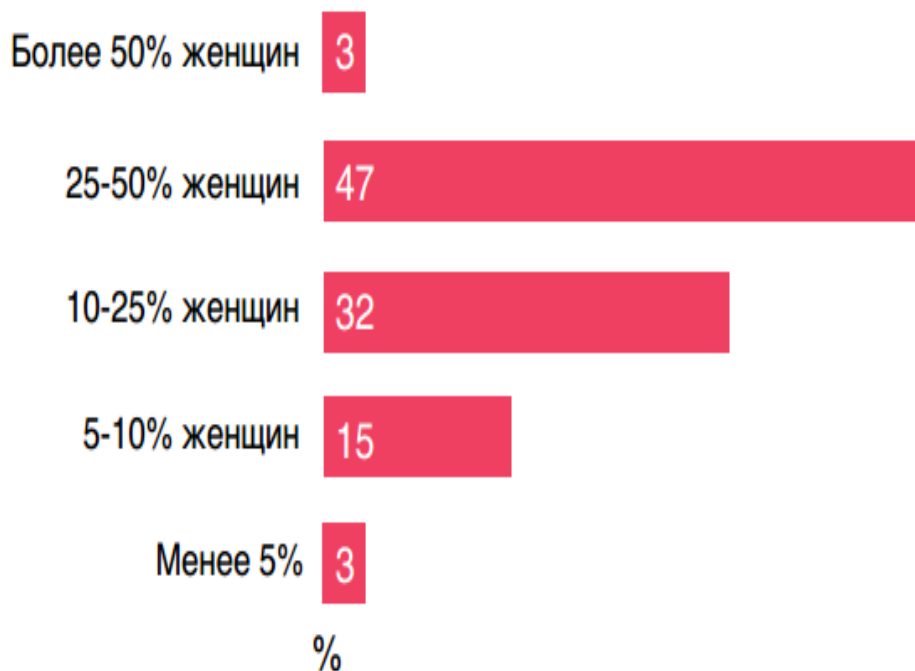
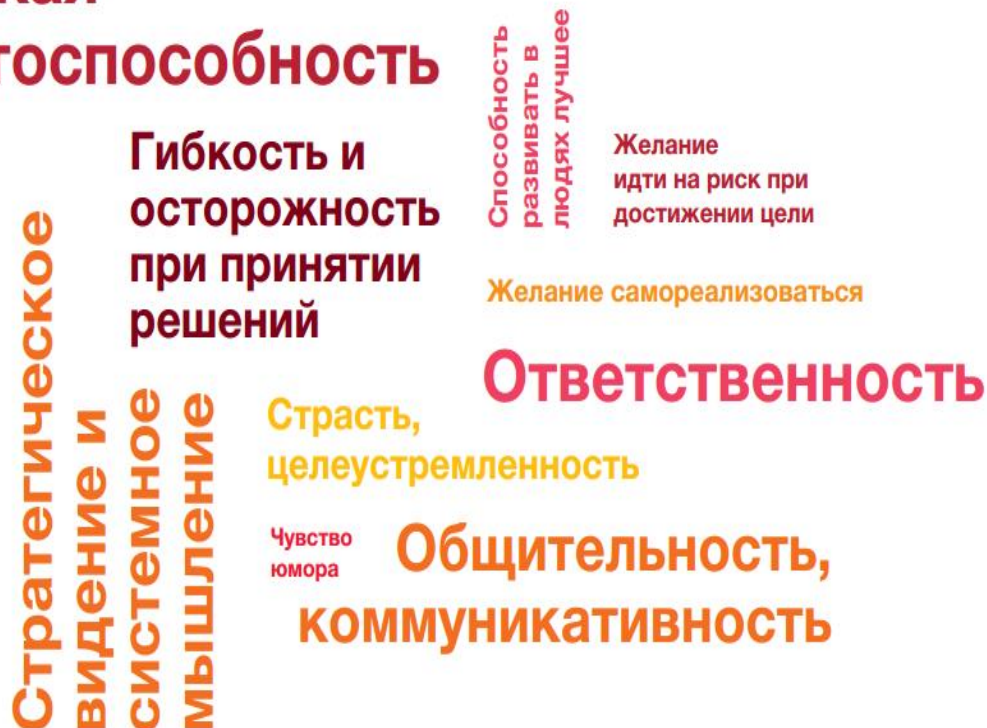


Рис.2. Как вы считаете, какую долю членов совета директоров должны составлять женщины?

Вопрос о желаемом количестве женщин в совете директоров представляется более интересным. Почти половина ответивших (47%) считают, что доля в 25-50% была бы оптимальной. Среди респондентов более консервативно настроены руководители среднего звена. Среди них многие (52%) полагают, что доля женщин в советах директоров не должна превышать 25%.

Высокая работоспособность



Размер шрифта отображает важность соответствующего качества с точки зрения опрошенных женщин

Рис.3. Наиболее важные качества для женщины-лидера в России.

Свыше 60% респондентов отметили в качестве важнейших профессиональных черт, присущих женщине-руководителю в России, высокую работоспособность, ответственность, хорошие коммуникативные навыки и стратегическое мышление. Среди наименее важных качеств для женщины-руководителя респонденты назвали чувство юмора, желание идти на риск и стремление к самореализации. Эти качества считают необходимыми менее 30% участниц опроса.

Женщины старше 40 лет считают более важными такие факторы карьерного продвижения, как образование и профессионализм, умение выстраивать отношения в команде, жизненный опыт. Менее важные, на их взгляд, – внешняя привлекательность и социальные связи.



Рис.4. Конкурентные преимущества женщин, частота упоминания в %

77% женщин называют более высокую работоспособность основным преимуществом в конкурентной борьбе с мужчинами. Популярными оказались варианты «более высокая лояльность к компании-работодателю» и «личностные качества» (оба набрали по 46%). Внешность и связи, по мнению большинства женщин, не являются конкурентными преимуществами по сравнению с мужчинами.

В наибольшей степени ориентированы на карьерный рост женщины в возрасте до 35 лет – среди них более 60% указали, что намерены в будущем продолжать расти в профессиональном и карьерном плане. У женщин старше 40 лет ориентация на карьерный рост значительно снижается и в группе женщин старше 45 лет не превышает 30%. Максимальные показатели удовлетворенности собственным карьерным продвижением зафиксированы у женщин 40-50 лет – в этих группах от 35 до 44% женщин отмечают, что вполне довольны тем, чего им удалось добиться в своей профессии. Наименее удовлетворены достигнутым положением женщины самой

молодой возрастной группы (до 30 лет) и представительницы возрастной группы старше 50 лет. В этих группах по 12% опрошенных указали, что планируют сменить род профессиональной деятельности.

Описывая свое отношение к профессиональной конкуренции, 65% участниц опроса выбрали нейтральный вариант ответа, указав, что они прибегают к конкуренции в зависимости от конкретной ситуации.

У женщин старше 35 лет отношение к конкуренции становится более определенным – возрастает как доля тех, кто воспринимает конкуренцию как положительное явление, так и доля тех, кто относится к ней отрицательно. Что же касается молодых женщин (до 35 лет), то они значительно чаще демонстрируют ситуативное отношение к конкуренции, что соответствует их высоким установкам на карьерное продвижение. Среди женщин, удовлетворенных своими карьерными достижениями и не ориентированных на дальнейший карьерный рост, достаточно высока доля тех, кто относится к конкуренции отрицательно (в среднем от 25 до 40%)

16% опрошенных отмечают, что им комфортнее работать с мужчинами, и только 6% отдают предпочтение чисто женским коллективам.

Половина опрошенных женщин отметили, что они руководят преимущественно женщинами. Треть респондентов возглавляют смешанные коллективы, а на долю женщин, руководящих мужчинами, приходится лишь 15% от общего числа опрошенных. Прослеживается зависимость между гендерным составом коллективов, которые возглавляют опрошенные женщины, и общей численностью работников компании. Женщины- лидеры чаще всего руководят женскими коллективами в компаниях с численностью занятых свыше 250 человек. В компаниях с числом занятых от 150 до 250 человек в их подчинении чаще находятся смешанные коллективы, в которых мужчины и женщины представлены примерно в равной степени. Большинство опрошенных женщин одинаково комфортно

чувствуют себя в роли руководителей при любом гендерном составе подчиненных. Вместе с тем в тех случаях, когда в составе подчиненных преобладают представители одного пола, женщины-руководители заметно чаще предпочитают руководить коллективами с преобладанием мужчин.

Свыше 44% опрошенных определяют свой стиль руководства как демократичный либо партнерский, причем в регионах этот показатель превышает 50%. 22,5% респондентов считают свой стиль руководства строгим, лидерским и авторитарным, причем в Москве этот стиль распространен заметно больше, чем в регионах. Наконец, гибкого, либерального стиля руководства придерживается около 19% опрошенных, и он более популярен среди женщин-руководителей в регионах, чем в Москве.

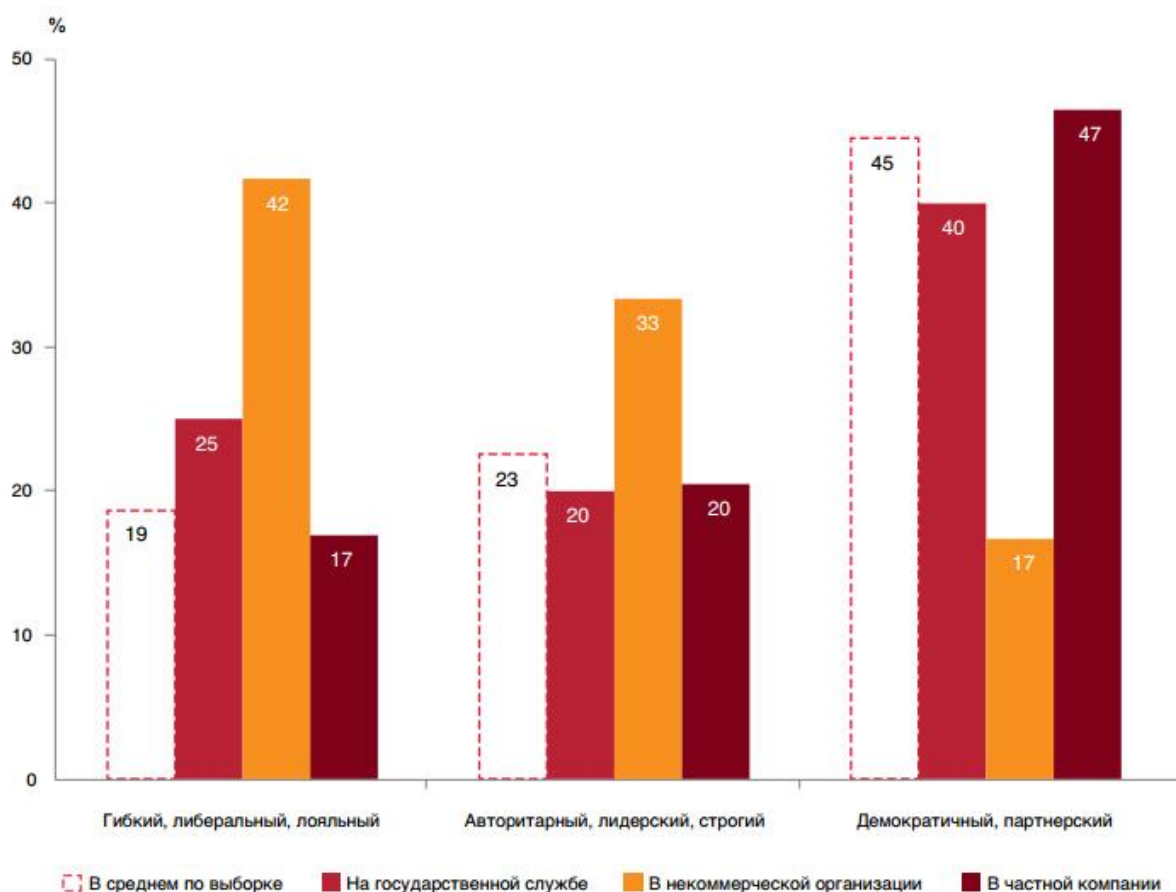


Рис.5. Наиболее популярные стили руководства в различных группах женщин-руководителей.



** Описание методики расчета: Баланс времени оценивался исходя из ответов респондентов на вопрос о том, насколько регулярно они уделяют время различным видам деятельности, перечисленным в анкете. Шкала измерения содержала четыре градации: «регулярно», «от случая к случаю», «редко», «практически никогда». Перечисленным градациям были присвоены балльные оценки от 1 до 4 (оценка 1 соответствует градации «практически никогда»). Эти балльные оценки были далее использованы в качестве весовых коэффициентов для оценки вклада данного вида деятельности в общий баланс времени.*

Рис.6. Баланс изменения возможностей российских женщин за последние 5-10 лет*.

Во всех возрастных группах основное место в балансе времени, не связанного с работой, принадлежит семье, а также уходу за собой и заботе о своем здоровье. Женщины, проживающие в регионах, заметно больше времени уделяют увлечениям, а на общение с семьей они тратят меньше времени по сравнению с респондентами из Москвы.

Чем старше женщины-руководители, тем больше времени они уделяют общению с семьей и чтению непрофессиональной литературы. В то же время они реже посещают кинотеатры, театры, рестораны и реже встречаются с друзьями. Из всех категорий опрошенных наибольшую часть своего свободного времени уделяют домашним делам женщины в возрасте от 35 до 45 лет, а после 45 лет временные затраты на их выполнение несколько снижаются и вновь возрастают в самой старшей группе.

Наконец, в любом возрасте женщины- руководители уделяют достаточно внимания и времени уходу за собой и заботе о здоровье.

В наибольшей степени женщины- руководители удовлетворены профессиональной стороной своей жизни. 90% респондентов указали, что они либо полностью удовлетворены, либо скорее удовлетворены тем, как сложилась их карьера и реализация в профессии. Также высока удовлетворенность материальным благополучием и общественным признанием. Хуже всего ситуация обстоит с удовлетворенностью личной жизнью и возможностью заботиться о здоровье. Уровень удовлетворенности в Москве ниже, чем в регионах, по таким позициям, как реализация в профессии, карьера, общественное признание и в особенности возможность заботиться о своем здоровье. По удовлетворенности личной жизнью, напротив, регионы уступают Москве. Лишь по позиции «материальное благополучие» все женщины оказались единодушны, отметив весьма высокий уровень удовлетворенности. На вопрос о том, является ли семья импульсом или преградой на пути развития карьеры, большинство опрошенных женщин выбрали средние варианты ответа, согласно которым семья одновременно и помогает карьере, и тормозит ее развитие. Жительницы Москвы в целом более позитивно смотрят на возможность сочетания семейных и профессиональных обязанностей: среди них 20% указали, что семья помогает развитию карьеры (среди респондентов из регионов таковых только 11%).



Рис.7. Было бы вам интересно участвовать в каком-либо женском движении, организации или сообществе?

В рамках исследования был задан вопрос: «Было бы вам интересно участвовать в каком-либо женском движении, организации или сообществе, где вы могли бы обсуждать личные проблемы или расширять профессиональные контакты?» Более половины женщин-руководителей заинтересованы в том, чтобы участвовать в работе той или иной организации или сообщества, либо уже являются членом подобных организаций. Около четверти опрошенных готовы были бы участвовать в работе организаций или сообществ только в виртуальной форме. Наконец, еще около четверти женщин не высказали заинтересованности в подобной деятельности, причем их доля практически одинакова в Москве и регионах.



Рис.8. Какие специальные знания и навыки были полезны для женщин руководителей в рамках этих программ обучения?

Около 60% респондентов отметили, что женщинам-руководителям необходимы специальные программы обучения.

В наибольшей степени заинтересованы в этом женщины, занятые в НКО и на государственной службе, женщины в возрасте от 30 до 40 лет, имеющие одно высшее образование. Женщины указали, что наиболее востребованными были бы психологические тренинги, направленные на повышение стрессоустойчивости (необходимость проведения такого тренинга отметили 61% женщин). Интерес также вызывают лидерские тренинги (их назвали 10% женщин), занятия по изучению языков (8%) и тренинги по тайм-менеджменту (6%). Стоит отметить, что только 4% респондентов указали, что женщинам-руководителям необходимы специальные тренинги в профессиональной сфере.

Подводя итог нашего исследования можно сказать, что экономическая независимость женщины является одним из ключевых показателей ее статуса в обществе, определяя степень ее индивидуальной свободы в публичной и частных сферах. Напротив, экономическая зависимость исключает

женщину из важнейших ресурсов общества, обуславливает меньший объем доступных ей прав и возможностей.

Служебная карьера является одним из наиболее перспективных направлений развития женского лидерства. Численность женщин-руководителей растет. Если среди руководителей организаций соотношение женщин и мужчин является достаточно постоянным, то среди руководителей подразделений и главных специалистов количество женщин увеличивается на фоне уменьшения количества мужчин.

Руководители – живые люди, и для их успешной деятельности важны субъективные самооценки себя и своей жизни. Одним из ключевых понятий субъективного благополучия является самооценка индивидуального успеха.

Важным фактором активного проникновения женщин в сферу управления бизнесом можно считать особенности свойственного им стиля лидерства и руководства. Преимуществами женского руководства признаются умение организовывать командную работу, внимательно слушать, мотивировать и поддерживать работников, использовать технологии «знаков внимания». Кроме того, женщинам свойственна меньшая амбициозность и большая предсказуемость поведения, отказ от слишком рискованных стратегий, умение выстраивать более осторожные отношения с партнерами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В выпускной квалификационной работе рассмотрены основные понятия лидерства и руководства, их сходства и различия, а также основные теории женского лидерства, изучены биографии женщин руководителей.

Лидерство представляет собой процесс реализации волевых ориентаций субъектов различных уровней – индивида, социальной группы, социума в целом. Человек или социальная группа с большей или меньшей энергией и настойчивостью стремятся к собственной самореализации, тем самым превращая свою волю в наиболее значимую и авторитетную среди всех окружающих их людей. Лидерство по своей сущности едино и однородно безотносительно к любым индивидуальным, групповым, гендерным и иным своим проявлениям. Другими словами, оно направлено на установление устойчивых отношений доминирования в мире или регионе, в группе или в рамках семьи, в национально-этническом пространстве и т. д. Это доминирование представляет собой закрепление в рамках данного общественного континуума господствующей воли какого-либо субъекта. При этом важно, чтобы это доминирование было направлено на решение общественно-значимых и позитивных задач, а не на разрушение общества или личности.

Объективная реальность такова, что заметно возросло число женщин на руководящих позициях в бизнесе, экономике, политике, общественных движениях. Формирование социально-психологической структуры коллектива связано с выдвижением лидеров в неформальных малых группах и в коллективе в целом. Лидерство, связано с выражением, оформлением и регулированием внутригрупповых межличностных отношений, носящих неофициальный характер, что проявляется через личную форму власти, признаваемое группой право на влияние и оценку. Лидер олицетворяет систему предпочитаемых группой целей и ценностей, является их носителем и активным проводником в жизнь. В связи с этим лидером считается тот,

чьи установки и ориентации становятся референтными, исходными эталонами для всех или большинства членов группы в оценке ими значимых аспектов ее жизнедеятельности. Лидер ведет группу, организует, планирует и управляет ее социальной деятельностью, проявляя при этом более высокий, чем все остальные члены группы, уровень активности.

Всякая социальная роль, в данном случае - руководителя, требует определенного набора личностно-психологических качеств, игравших ту или иную роль в создании морально-психологического климата в коллективе.

1. Личные качества руководителя по существу выступают основой его деловых качеств, его стиля управления, поскольку суть работы руководителя в первую очередь - общение с людьми.

2. Прежде чем приступить к подбору, расстановке и обучению персонала, необходимо изучить характер и особенности предстоящей деятельности и, исходя из этого, сформулировать соответствующие требования к индивидуально - психологическим качествам персонала и, в первую очередь, руководителя.

3. Существует объективная совокупность личностных психологических черт руководителя.

Можно сказать, что развитые качества из этой совокупности являются необходимым (пусть пока и недостаточным) условием успешности деятельности руководителя по формированию положительного морально - психологического климата в коллективе.

4. Создание условий для сохранения психического здоровья, создание и поддержание благоприятного морально - психологического климата в коллективе - забота руководителя любого ранга.

5. Характер психологического климата зависит от всех членов коллектива. Но решающую роль в его создании играют руководители.

В наше время лидерами, руководителями становятся не только мужчины, как преимущественно было ранее, но и женщины. Женщина-руководитель уже больше не вызывает такого удивления, как несколько лет назад.

Успех в бизнесе требует серьезных усилий. Особенно от женщин взваливших на себя бремя лидерства. им приходится много работать, жертвуя досугом и общением с семьей. Многие из них не видят в этом никаких проблем.

Женщины, добившиеся успеха, имеют общие характеристики. У них хорошие способности, высокая самооценка, ясное представление о своих целях.

Женщина в бизнесе сегодня все прочнее укрепляет свои позиции, в современной России женщины руководят значительным процентом всех предпринимательских структур. Имеется также тенденция к увеличению числа женщин в бизнесе — с каждым годом процентное соотношение приходящих в бизнес мужчин и женщин склоняется в пользу первых. Исходя из этого можно заключить, что роль женщины и в обществе в целом с каждым годом возрастает.

На современном этапе можно сделать несколько выводов по поводу женщины-руководителя:

- 1) Женщина в бизнесе — не исключение, а закономерность развития предпринимательства в современной России;
- 2) Женщина имеет возможность выступать в роли субъекта предпринимательских отношений наравне с мужчинами;
- 3) Для успешного ведения бизнеса вопрос половой принадлежности не является основным;

4) Бизнес-леди имеет ряд существенных психофизиологических преимуществ перед мужчиной-предпринимателем, позволяющих более эффективно выстраивать стратегию и тактику ведения бизнеса в отдельных отраслях коммерции;

5) На сегодняшний день в обществе сохраняются социальные предрассудки и дискриминационные аспекты, ограничивающие возможности женщин в коммерции по сравнению с мужчинами.

Если женщина-руководитель сумеет сочетать качества настоящего лидера (сильный характер, профессионализм, инициатива, умение рисковать) с традиционно женскими ценностями, такими как чуткость, гуманность, гибкость, хитрость, практичность и др., то она может стать идеальным руководителем.

Женщиной-руководителем может стать не каждая представительница пола. Для этого нужны силы, определенный склад характера, целеустремленность, и многие другие качества, которые необходимы чтобы победить в жестоком мире бизнеса.

Для женщины важно ощущать свою значимость в этом мире, а это гораздо важнее, чем деньги, который она получит за ежедневный труд в мире мужчин.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алифанов С.А. Основные направления анализа лидерства // Вопр, психол. 1991. № 3. С. 90-98.
2. Бабаева Л.В., Чирикова А.Е. Женщины в бизнесе // Социол.исслед. 1997. №3 С.76-77.
3. Бем С.Л. Линзы гендера. Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. - М.: Росспэн, 2004. - 336 с.
4. Бендас Т. В. Гендерные исследования лидерства // Вопр. психологии. – 2000. - N 1. С. 87-95
5. Гендерная психология. 2-е изд. / Под ред. И. С. Клециной. — СПб.:Питер, 2009. — 496 с.: ил. — (Серия «Практикум»).
6. Джон Эдейр «Не боссы, но лидеры. Лестница успеха.» - М.: Фаир-пресс. - 2004. - 184 с.
7. Зигерт В., Ланг Л. Руководитель без конфликтов. М., 1990. - 57 с.
8. Канджеми Дж.П. «Психология современного лидерства: Американские исследования.» - М.: Когито-Центр. - 2006. - 288 с.
9. Карделл Ф. Д. Из тени в свет: обретение лидерства и судьбы / Ф. Д. Карделл. - СПб. : Невский проспект , 2001. - 180 с. СОУНБ; Шифр 88.53; Авторский знак К219; Инв. номер 2237081-ЕФ
10. Кешаван Наир «Высокий стандарт лидерства. Уроки из жизни Галди». - М.: 2001. - 160 с.
11. Кирш К. Сама себе начальник // Под ред. Седовой Л.В., Силенко И.Н. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 197 с.
12. Китов А.И. Психология хозяйственного управления. М., Профиздат, 1984. - 39 с..
13. Кови С. Р. Лидерство, основанное на принципах / С. Р. Кови. – М. : Альпина Бизнес Букс , 2008. - 300 с. Свердловская ОУНБ; ЕФ; Шифр 88; Авторский знак К566; Инв. номер 2288261-ЕФ
14. Комаров Е.И. Женщина-руководитель. - М., 2005. – 127 с.

15. Кричевский Р.Л.: “Если Вы — руководитель...”, М., 2007г. – 352 с.
16. Лоуб М., Киндел С. Лидерство для "чайников" / Перевод с англ. - М.: Диалектика, 2005. - 385 с.
17. Михайлов Г. Профессиональное самосознание руководителя // Прикладная психология и психоанализ. – 2004. - N 2. - С. 20-29
18. Морозова Ю. А. Лидерство и самореализация личности // Вестн. Волгоградского гос. архитектурно-строительного ун-та. Серия: Гуманитарные науки. – 2004. - N 5. - С. 179-182
19. Нефф Т.Д. Уроки лидеров / Т. Д. Нефф. - М. : АСТ , 2003. - 492 с. Свердловская ОУНБ; Шифр 88; Авторский знак Н584; Инв. номер 2240186-ЕФ
20. Никифорова Н.Н. Актуальные проблемы социально-правовой защиты женщин. – СПб.: ИД «Бизнес-Пресса», 2003.
21. Патрик Ленсиони «Пять искушений руководителя: притчи о лидерстве» М.: Диалектика 2005г.- 87 с.
22. Пол. Гендер. Культура - 2-е изд. / под редакцией Элизабет Шоре и Каролин Хайдер.- М., 2000. – 530 с.
23. Попов Б. Психологическая подготовка лидера // Кадры предприятия. – 2004. - N 12. С. 58-63
24. Попова Л. В. Лидерский потенциал женщин в информационном обществе //Материалы второй международной междисциплинарной научно-практической конференции. – Минск, 2001. - 383 с.
25. Рощинская О. Феноменология женского лидерства //Материалы второй международной междисциплинарной научно-практической конференции. – Минск, 1999. – 231 с.
26. Руководство и лидерство. Опыт соц.-психолог. исслед. Сб. науч. тр. - Л. : Б. и. , 1973. - 143 с. СОУНБ; Шифр 88; Авторский знак Р851; Инв. номер 1556216-ЕФ

27. Самарцева О. К., Фомина Т. А. Мужчина и женщина: менеджмент сферы бизнеса //Социологические исследования. – № 11, 2000.
28. Самыгин С.И., Столяренко Л.Д.: “Психология управления”, учебное пособие, Р/н/Д, 1997г. – 512 с
29. Сафонова Ж. В. Социально-психологические особенности женщин, успешных в карьере. Автореф. дис. канд. псих. наук. – СПб, 1999.
30. Сергиенко Е.Б. Моделирование процесса дистанционного обучения студентов // Молодой ученый. - 2009. - № 2.
31. Силласте Г.Г. Эволюция социальных позиций женщин в меняющемся российском обществе // Социол.исслед. 1999. №4. С.58.
32. Силласте Г.Г., Кожамжарова Г.Ж. Социальная дискриминация женщин как предмет социального анализа // Социол. исслед. 2001. № 12 С.112.
33. Социальная психология // под ред. М.Ю. Кондратьева, под общ.ред. А.В. Петровского. - М.: ПЕР СЭ, 2005. - 929 с.
34. Трейси Б., Шеелен Ф.М. Личность лидера / Перевод с англ. - М.: Попурри, 2002. - 288 с.
35. Тэйлор Д. Голая правда о... лидере / Перевод с англ. - М.: Фаир-пресс, 2005. - 255 с.
36. Фатиева И., Нижельская О. С чего начинается лидер / Перевод с англ. - М.: Альпина, 2005. - 231 с.
37. Фрей К., Кюмбель Б. Как женщине развить в себе качества руководителя Женщина - начальник. / под ред. Шепелин О.М. - Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 2006. – 338 с.
38. Фридман М. Искусство и наука стратегии лидерства. Новый подход к корпоратив. упр / М. Фридман. – М. : ГРАНД : Фаир-Пресс , 2004. - 271 с. Свердловская ОУНБ; КХ; Инв. номер 2283876-КХ

39. Херманн М. Стили лидерства в формировании внешней политики // Политические исследования, № 1, 1991.
40. Чирикова А. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний // Социологические исследования. – № 1, 2003.
41. Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы. М. Институт Социологии РАН. 1998. – 358 с.
42. Чугунова Э. С. Психология лидерства. Стили руководства. учебная программа к специальному курсу / Э. С. Чугунова. - Екатеринбург , 2007. – 23 с. Свердловская ОУНБ; КХ; Инв. номер 2276431-КХ
43. Шлахтер В. В. Искусство доминировать / В. В. Шлахтер. - СПб. : Респекс , 2003. – 189 с. Свердловская ОУНБ; ЕФ; Шифр 88; Авторский знак Ш68; Формат С; Инв. номер 2249439-ЕФ
44. Шувалова Е.В. Активные методы обучения и качество учебного процесса студентов психологов. - Воронеж: Научная книга, 2006
45. Эффективное лидерство : учеб. пособие / О. В. Евтихов ; Сиб.гос. аэрокосмич. ун-т. – Красноярск, 2012. – 132 с.
46. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта. - М.: Альпина, 2005. - 301 с.
47. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство. - СПб.: Питер, 2002. – 172 с.
48. Энциклопедия психологических тестов. Общение, лидерство, межличностные отношения // Под ред. А. Карелина. - М., 1997.
49. Янг Р. Лидерство в командах / Перевод с англ. - М.: ГИППО (НИРРО), 2004. - 122 с.
50. Берн Ш. Гендерная психология. – СПб.: Прайм–Евроник, 2001 – 320 с.

Программа социологического исследования женщин-руководителей.

Актуальность: Каждое действие в организации связано с проявлением власти, которой пользуются как руководители, так и исполнители. Власть проявляется через каналы власти, к которым относятся: власть принуждения, влияния, компетенции, информации, должностного поведения, авторитета, власть награждать. Когда индивидуум оказывает влияние на поведение членов группы без использования принудительных форм власти, речь идет о проявлении лидерства. Организация придает большое значение лидерству из-за необходимости выбирать и выдвигать на руководящие позиции индивидуумов, наиболее подходящих для управленческих функций.

Лидер, это член группы, за которым признается право принимать ответственные решения в значимых для нее ситуациях, т.е. наиболее авторитетная личность, играющая центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.

Феномен лидерства заключается в том, что не существует единого набора лидерских качеств, удовлетворявших бы все население или хотя бы большую его часть, т.к. существуют качества, полностью противоречащие друг другу. Бывают лидеры, эффективные в состоянии покоя и стабильности и эффективные в состоянии кризиса и чрезвычайной ситуации. Лидер идентифицируется либо с рабочим классом (человек их народа), либо с управленческим классом. Лидер может являться либо генератором идей, либо защитников, либо хорошим организатором.

Целью исследования являются разные стороны жизнедеятельности женщин руководителей как социально группы, в современных меняющихся условиях.

Задачи:

5. Выявить качества женщины руководителя.
6. Определить методы пассивного и активного руководства.
7. Выявить существует ли различие в работе руководителя–мужчины и руководителя–женщины.
8. Определить часто ли приходится сталкиваться с таким феноменом, когда женщине сложнее сделать карьеру и продвинуться по карьерной лестнице, чем ее коллеге – мужчине, при прочих равных способностях, квалификациях.

Объект – женщины руководители в бизнесе на территории РФ

Предмет – становление женщины как лидера-руководителя.

Метод сбора информации – биографическое интервью.

Выборка – Критериальная

- 1) Женщина
- 2) Возраст от 30 лет
- 3) Высшее образование
- 4) Опыт работы на руководящей должности минимум 2 года.

Гипотезы

1. Успешная карьера женщины требует того, что приходится от чего-то, отказываться.
2. В решении деловых вопросов помогает женское обаяние.
3. Женщины лидеры часто сталкиваются с таким феноменом, когда женщине сложнее сделать карьеру и продвинуться по карьерной лестнице, чем ее коллеге – мужчине, при прочих равных способностях, квалификациях.

Теоретическая интерпретация.

Лидерство – это процесс социальной организации и управления общением и деятельностью членов группы, осуществляемый субъектом(лидером), который наделен определенной властью.

Лидер – это член группы, за которым она признает право принимать ответственные решения в значимых для нее ситуациях, т.е. наиболее авторитетная личность, играющая центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в группе.

«Стеклянный потолок» - невидимый, формально никак не обозначенный барьер, ограничивающий продвижение по карьерной лестнице, не связанный с профессиональными качествами.

Гайд интервью.

1. История успеха.
2. Какими качествами должна обладать женщина руководитель
3. Какие методы Вы используете при пассивном и активном руководстве
4. Как Вы правильно планируете свое время
5. Существует убеждение, что успешная карьера женщины требует того, что приходится от чего-то отказываться. На Ваш взгляд, так ли это?
6. На Ваш взгляд: существует ли принципиальное различие в работе руководителя-мужчины и руководителя-женщины
7. Что для Вас является стимулом развития
8. Что Вас поддерживает, стимулирует в достижении цели
9. Какие качества Вам помогли достичь успеха.
10. Были ли случаи, когда Вам помогало в решении деловых вопросов женское обаяние
11. Расскажите, как часто Вы сталкиваетесь с так называемым стеклянным потолком (термин, которым описывают известный феномен когда женщине сложнее сделать карьеру и продвинуться по карьерной лестнице, чем ее коллеге – мужчине, при прочих равных способностях, квалификациях)

Стенограмма интервью

Респондент: Распутина Мария, 32 года, г. Тамбов

Дата: 9.04.2016

Интервьюер: Ведерникова А.В.

И: Мария, расскажите о вашей истории успеха.

Р: После декретного отпуска в 25 лет не смогла устроиться на работу хотя имела уже опыт руководителя несколько лет занимала пост зам.директора. Но многих работодателей смущал факт ребенка. И после выяснения этого фактора сразу находили причины сказать, что я не подхожу им по тем или иным причинам. Нужно было жить и пришлось рассмотреть вариант собственного бизнеса. Первая идея была интернет магазин. Но на тот момент наш народ очень опасался интернет покупок и этот бизнес прогорел. были попытки начать бизнес совместно с другом, но жадность и лень друга развалило все над чем работали вместе. Потом долгие поиски и поступило предложение о продаже бизнеса. Свободный график очень подходил, и заверяли о стабильном доходе т.к. бизнесу 5 лет. Взвесив все за и против решила попробовать. И все получилось

И: Какими качествами должна обладать женщина руководитель

Р: Женщина руководитель должна быть мужчиной. Расчетлива, экономна, планировать все. Да возможно это так но женская непредсказуемость иногда помогает взглянуть на привычные вещи под новым ракурсом. Самое главное уметь наказывать за ошибки, но быть справедливой(улыбается). Не переходить грань личных отношений всегда держать дистанцию. Самый

лучший руководитель это мама. В быту она уже опробовала все техники бизнес тренинга и знает когда нужно прикрикнуть, а когда и похвалить

И:Какие методы Вы используете при пассивном и активном руководстве

Р: Руководство всегда...эээ... это скорее стиль жизни я и дома руковожу часто. В бытовых вопросах...(задумалась) Это просто стиль жизни. Планировать и направлять других. Быть в курсе всех происходящих событий. Но не стоит сильно углубляться в мелочи, которые могут сделать за вас, чтобы не упустить главное

И: Как Вы правильно планируете свое время

Р: Мой график расписан на месяц вперед. Есть некоторые вещи, которые сами собой его формируют. Например, поездка в управляющие органы и т.д. есть окна, которые можно использовать для новых встреч или общения с потенциальными клиентами внеплановой проверки сотрудников поиск новинок

И: Существует убеждение, что успешная карьера женщины требует того, что приходится от чего-то отказываться. На Ваш взгляд, так ли это?

Р: Каждый из нас расставляет приоритеты в жизни. И это относиться не только к женщинам. Всем нам приходится чем то жертвовать. Например сейчас я мало вижусь со своими друзьями. Но так проверяется дружба. Сейчас все мои друзья заняты на работе или с детьми. Я стараюсь на первое место поставить семью ее благополучие это мой бизнес. Поэтому я отдаю предпочтение работе семье, а жертвую походом в кино, т.к. за это время можно приготовить ужин и посмотреть кино дома

И: На Ваш взгляд: существует ли принципиальное различие в работе руководителя-мужчины и руководителя-женщины

Р: Принципиальных отличий нет. Это больше в характере. Командовать хотят все, но не все умеют. Надо знать что и кому указать что бы был достигнут результат. Над этим я еще работаю. В 20 я думала что все легко нужен только первоначальный капитал, а сейчас я знаю что нужно работать, много работать для того что бы бизнес развивался и приносил прибыль. В моем подчинении много парней, да они мечтают о руководстве, я предложила им заняться некоторыми обязанностями, но они отказались признав что это не для них. В наше время много парней которые хотят что бы их несли по течению, а так не бывает. Ты должен работать больше чем твои работники тогда ты будешь руководителем за которым пойдут

И: Что для Вас является стимулом развития

Р: Стимул развития это мой сын, мои амбиции построить компанию. Второй стимул появился раньше, но первый важнее. Поэтому когда у меня спрашивают почему ты каждый день на работе. Я объясняю, что пока я не буду уверена в работе бизнеса я не могу отдыхать. Сначала надо построить, а потом будем отдыхать. А может быть это будет бесконечно, я привыкла идти в гору мне это нравится

И: Что Вас поддерживает, стимулирует в достижении цели

Р: Меня поддерживает мой партнер по жизни и в работе мы идем вместе. Иногда бывает тяжело и в эти моменты мы поддерживаем друг друга. Словом, жестом или просто даем возможность отдохнуть и отвлечься. Мне повезло что рядом со мной хороший человек который меня понимает и поддерживает в трудные моменты

И: Какие качества Вам помогли достичь успеха.

Р: Я только на пути к успеху. Думаю самое главное качество это упрямство благодаря которому не опускаю руки даже когда сил совсем нет

И:Были ли случаи, когда Вам помогало в решении деловых вопросов женское обаяние

Р:Женское обаяние помогает. Только в общении с мужчинами. А вот женщина с женщиной договариваются сложно. Это биология каждая женщина видит перед собой соперницу. Но если рассматривать серьезные переговоры обаяния мало и перед мужчиной, тут основной фактор цена и качество. обаяние это лишь приятное дополнение. Многие девушки особенно в юности рассчитываю только на свое обаяние на готовятся поэтому и проигрывают. В этом основное отличие мужчины от женщины, мужчина никогда не рассчитывает на свое обаяние он рассчитывает только на свои преимущества в цифрах